



**كلية الآداب**

كلية الآداب - جامعة الإسكندرية

مؤتمر الإسكندرية الدولي الأول حول

مؤتمر الإسكندرية الدولي الأول حول التبادل الحضاري

المتوسط عبر التاريخ

بين شعوب حوض البحر المتوسط عبر التاريخ

( ١٥ - ١٩ يناير ١٩٩٤ )

**بحوث المؤتمر**

( الكتاب الثاني )

FACULTY OF ARTS ALEXANDRIA UNIVERSITY

مقرر عام المؤتمر  
ALEXANDRIA FIRST INTERNATIONAL CONFERENCE  
ON CULTURAL INTERACTION AMONG  
MEDITERRANEAN PEOPLES THROUGH HISTORY  
JANUARY 15 - 19, 1994

أ. د. محمد عبده مجذوب أ. د. فتحي محمد أبو عيانة

عميد الكلية

الكلية للدراسات العليا والبحوث



0173212

Bibliotheca Alexandrina

اهداءات ۲۰۰۹

ا.د. أحمد أبو زيد

أنثروبولوجي

مؤتمر الاسكندرية الدولي الأول حول التبادل الحضاري بين شعوب  
حوض البحر المتوسط عبر التاريخ يناير ١٩٩٤

## الصناعات التقليدية والجذب السياحي في حوض البحر الأبيض المتوسط «رؤية أنثروبولوجية السياحة»

تأليف

دكتور / محمد يسري إبراهيم دعبس

دكتوراه في الأنثروبولوجيا الاقتصادية

جامعة الاسكندرية



## الصناعات التقليدية والجذب السياحي في حوض البحر الأبيض المتوسط

تمهيد

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات الهامة في الآونة الأخيرة في المجتمع المصري بصفة خاصة والمجتمع الدولي بصفة عامة لما لها من أهمية كبيرة في دعم التنمية الشاملة إقتصادياً وإجتماعياً وثقافياً ونفسياً ، كما أن مجال السياحة وأنشطتها الخدمية والتسويقية المتنوعة وعلاقتها بالتنمية الشاملة أصبحت مثار إهتمام الكثير من علماء الاقتصاد والجغرافيا والاجتماع والأنثروبولوجيا وعلماء النفس ، لأن السياحة أصبحت مطلب إجتماعى وإقتصادى ، فهو مطلب إجتماعى لكونها تعبر عن رغبة إنسانية في التنقل والترحال وهذه سمة متأصلة في الإنسان ، كما أنها تفتح المجال رحباً أمام الشباب من الجنسين لتوفر فرص العمل المختلفة وهي بذلك تساعد في حل مشكلة البطالة تدريجياً ، كما أنها مطلب إقتصادى لكونها تساهم في زيادة المد العمرانى وتخطيط المدن السياحية وتعميد الطرق وتطويرها واستثمار الموارد الاقتصادية الفاتحة واستخدام المواد البيئية والمحلية في تصنيع المنتجات الشعبية التي تساعد على الجذب السياحى ورفع مستويات دخول الأسر القائمة على صناعات تلك المنتجات ، وبناء عليه فإن السياحة أصبحت تشكل مصدر هام من مصادر الدخل القومى في المجتمع المصرى .

ولما كانت جمهورية مصر العربية كإحدى دول حوض البحر الأبيض المتوسط - تشهد في العقدين الأخيرين نهضة سياحية وإهتماماً متزايداً أو متنامياً على الصعيد الرسمى وغير الرسمى للتخطيط للموارد السياحية والعزل على إستثمار مقومات الجذب السياحى والتي تعد الصناعات التقليدية والفنون الشعبية من أبرز هذه المقومات في كل منطقة بربوع مصر خصوصاً المناطق المستقلة حديثاً ، كالمناطق الصحراوية والمدن المستحدثة من أجل تتسويق تنمية سياحية تؤثر تأثيراً فعالاً في إحداث التنمية الشاملة ودفع عجلة التقدم الإقتصادى والاجتماعى .

ومما لا شك فيه أن الصناعات التقليدية في البيئات الثقافية المختلفة التي يتضمنها نسج المجتمع الواحد تعبر عن أصالتها وتعبيراتها كفن شعبى أصيل ، هذا الفن الشعبى الذى يتوارث أجيالاً عبر أجيال نتيجة تدريب وتعليم الكبار للأجيال الصغرى عن طريق عملية التنشئة الاجتماعية (التعلم غير الرسمى) بغية المحافظة على إستمرار هذا الفن الذى يجسد ويميز عن الخصوصيات الثقافية المحلية وتقدمها في كثير من العنادر التي تعبر عن شخصية صانعها ومدى محاكاته للبيئة المحيطة به وتواصله معها ، كما أن الصناعات التقليدية شأنها شأن الفنون الشعبية تعد من الرغبات السياحية التي لها أثر كبير في الجذب السياحى .

وبناء عليه تتعدد أنواع الصناعات التقليدية داخل المجتمع الواحد لأنها تعتمد فى جانب كبير منها على موارد البيئة المحلية والأيدى العاملة الرخيصة التى توارثت هذه الأعمال ، ولذا تكون تكلفتها بسيطة على الرغم من أن عائدها مجزئ للغاية .

وتجد من الأهمية بمكان الإشارة إلى أن الصناعات التقليدية تساعد على شغل معظم أوقات الفراغ للكبار والتلاميذ فى مراحل التعليم المختلفة ، وبخاصة الذين يفضلون العمل فى هذه الصناعات التقليدية كهوايات وفنون شعبية فى وقت الفراغ أو فى الأجازة الدراسية .

وتبرز الصناعات التقليدية المواهب والإبداعات ، وتنمى القدرات والإبتكارات للطبقات العمرية المختلفة وتواصلها وتجسد عطاء الأجيال لتلك الصناعات النبطية كصنوع ثقافية تمثل عنصر جذب أساسى للسائحين من داخل القطر نفسه والسائحين القادمين من مختلف بقاع العالم (السياحة الدولية) الذين يقبلون على شرائها كهدايا تذكارية عند عودتهم لموطنهم الأصيل للقتارب والأصدقاء . وبناء عليه تشكل عنصراً هاماً فى الدعاية السياحية للبلد المضيف .

وإجمالاً فإن الصناعات الشعبية تشكل أحد الدروس الهامة فى التربية السياحية التى تتناولها الأجيال الصغرى عبر الأجيال الكبرى من خلال عملية التنشئة الاجتماعية والثقافية غير الرسمية وكيفية التعامل مع البيئة ومواردها وإستغلالها فى ضوء المحيط الاجتماعى والثقافى وبما يساهم فى النهاية على تدعيم الجذب السياحى ورفع دخول الأسر العاملة فى هذا المجال والمساهمة فى النهاية فى تنمية المجتمع المحلى فى البلدان المضيقة .

ويمكن الهدف من وراء هذا البحث فى إلقاء الضوء على عدة أمور هامة نجعل أهمها فى إيجاز شديد فى النقاط التالية :

- ١ - مقومات ومعوقات الجذب السياحى فى مصر كأحد دول حوض البحر الأبيض المتوسط .
- ٢ - الصناعات التقليدية وإستغلالها لموارد البيئة المتاحة ، ومن ثم علاقتها كصناعات محلية فى زيادة دخول الأسر القائمة على صناعتها وإسهامها النهائى فى تنمية المجتمع المحلى .
- ٣ - الدور الذى يؤديه الرجال والنساء والأطفال والشيوخ فى بعض نماذج تلك الصناعات كفنون شعبية من واقع الخبرة الميدانية ومدى إقبال الطبقات العمرية المختلفة على هذه الفنون الشعبية ورغبتهم فى المحافظة على هذا الفن الأصيل ، وإلى أى حد توجد عائلات معينة تتخصص فى مثل هذه الصناعات دون غيرها .
- ٤ - إعطاء نماذج حية للأنواع المختلفة لتلك الصناعات التقليدية فى البيئات الثقافية المحلية داخل مصر بصفة خاصة وإعطاء نماذج لأنواع تلك الصناعات وتباينها فى بعض البلدان التى تدخل فى نطاق



## أولاً: مقومات ومعوقات الجذب السياحي

تتعدد العوامل التي تؤثر في الجذب السياحي . نجمال أهمها في النقاط التالية :

### ١- العوامل الطبيعية المؤثرة في الجذب السياحي

تؤثر العوامل الطبيعية تأثيراً كبيراً جداً في عملية الجذب السياحي والتنمية السياحية ، فنجد أن البيئة الطبيعية من حيث التضاريس والهضاب والجبال الشاهقة ، والبيئة الصحراوية ، ومن حيث الرمال الصفراء والجفاف ، وحياة الخلاء ، قد تؤثر بصورة أو بآخرى في عملية سهولة أو صعوبة المواصلات ، وكذلك عمليات تعبيد الطرق التي تسهل إنتقال السائحين والأقواج الجماعية إلى الأماكن السياحية ، كما أن العوامل الجوية كالحرارة الشديدة ، والرطوبة العالية ، وإعتدال الطقس ، تؤثر في الأخرى ، إما بصورة إيجابية أو سلبية على الرواج السياحي ، ولقد من الله على مصر كئحد دول حوض البحر المتوسط باعتدال الأحوال الجوية صيفاً وشتاءً ، وإن جميع مدن مصر بإمكانها ومزاراتها السياحية ، وتوفر أنواع نون أخرى من السياحة ، تتناسب مع كل فصول السنة ، وتختلف رغبة السائحين العرب والأجانب في زيارة مدن نون أخرى في تلك الفصول . فإذا كان السائحون العرب يفضلون مدينة الإسكندرية ورأس البر ومطروح والقنوم في فصل الصيف ، نظراً لارتفاع درجة حرارة الجو في الأقصر وأسوان ، هذا من ناحية ، ولعدم اهتمامهم بالسياحة الأثرية من ناحية أخرى ، بينما يجد الأجانب في جو أسوان والأقصر متعة في الشتاء ، على العكس من البرد القارس في بلادهم . فمثل هذه الأمور لها أثر بالغ الأهمية في عملية الرواج والجذب السياحي والتنمية السياحة بصفة عامة .

ولقد لمسنا الإستغلال الأمثل للعوامل الطبيعية الشريط الساحلي للصحراء الغربية والغردقة والبحر الأحمر وسيناء وإنشاء العديد من القرى السياحية وتعبيد الطرق البرية وتوفير سبل المواصلات ، بالإضافة للإستغلال الأمثل للبيئة الصحراوية الخلابة والتي تجذب السائحين الأجانب ، بصفة خاصة ، وتؤثر على الجذب السياحي الذي لايزال في أطواره الأولى ، ولكنه يعطى مؤشراً إيجابياً لعملية التنمية السياحية بهذه الأماكن المستقلة سياحياً حديثاً . وخير دليل على أثر العوامل الطبيعية نجد أن أوروبا كلها ونظراً لعدم وجود سلاسل جبلية وهضاب تعوق العلاقات المكانية والترابط الإقليمي بين معظم دول أوروبا نجد أنه يربطها القطار الأوربي الذي يصل معظم بلدان أوروبا ويربطها بعضها ببعض ، ومن الممكن عن طريق هذا القطار أن تقوم بجولة سياحية تصل عن طريقها إلى قمة الإستمتاع والإستزادة بالمعرفة والخبرات والمعلومات عن معظم دول أوروبا في جولة واحدة ويتكاليف مناسبة .

ولقد كان لعدم وجود السلاسل الجبلية والهضاب بين معظم ول أوروبا أثره في الرواج السياحي لتلك الدول وادى إلى سهولة الدخول لأي دولة في أوروبا من الدول الأوروبية الأخرى نون التعرض لأي عقبات نتيجة العوامل الطبيعية ، أو حتى أي عقبات تتعلق بدخول أو خروج السائحين وعمليات إستقبالهم وتقديم



كافة التسهيلات والمعلومات لهم ، وبينما الحال كذلك فى معظم دول أوروبا وكثير من بلدان الشرق الأوسط إلا أننا نجد أن السلاسل الجبلية والهضاب فى الهند أو بعض بلدان جنوب أفريقيا تكون عوامل إعاقة ، صحيح أن السلاسل الجبلية والهضاب من الممكن أن تكون عوامل جذب للسائحين بصفة خاصة الذين يحبون هواية تسلق الجبال والاستمتاع بارتفاع هذه الهضاب والسلاسل الجبلية وضخامتها ومناظرها الخلابة إلا إذا كانت تعوض الجولات السياحية وتقف حائلاً دون سهولة المواصلات ، وعندما تكون غير مأمونة الطرق ففي هذه الحالة تكون تحدياً كبيراً للرواج السياحى .

ونجد من الناحية الأخرى أن الزلازل والبراكين وانتشارها فى بلدان معينة دون أخرى ، فبال تأكيد أن السائحين لا يذهبون إلى الأماكن التى ينتشر فيها البراكين والزلازل وتصبح عملية الذهاب إلى المناطق التى تتمتع بانتشار مثل هذه الأنواع مغامرة غير مأمونة العواقب فدائماً نسمع عن زلازل وبراكين فى الهند وأستراليا وبعض مناطق فى أمريكا ، بينما لم نسمع عن وجود مثل هذه الزلازل والبراكين فى تاريخ مصر الطويل ، وبهذا تكون مصر من الناحية البيئية والطبيعية والعوامل الجوية من أكثر دول العالم جذباً للسائحين من مختلف بلدان العالم برغم ما حدث من هزات عنيفة منذ وقت قريب إلا أن تأثير ذلك على وضع مصر على الخريطة الدواية للسياحة كان ضئيلاً (١) .

#### ب : العوامل الاجتماعية المؤثرة فى الجذب السياحى

مما لا شك فيه أن البناء الاجتماعى باتساقه المتعددة مثل النسق الاقتصادى والنسق السياسى - أنساق الضبط الاجتماعى - النسق لدينى .... إلخ . يعد من العوامل الهامة فى تدعيم أو تعويق النشاط السياحى ، ومن ثم الجذب السياحى ، وبالتالي تؤثر هذه الأنساق إلى حد كبير فى عملية الرواج السياحى . وما يهمنا هنا أن الوحدات الجزئية الداخلة فى تكوين البناء الاجتماعى هى الأشخاص أو الزمر الاجتماعية وليس الأفراد ، أى أعضاء المجتمع الذى يشغل كل منهم مركزاً معيناً ويؤدى دوراً محدداً فى الحياة الاجتماعية ، ولذا فقد يكون أبناء المجتمع المحلى أو الزمر الاجتماعية من خلال الأنساق المتعددة التى ينقسم إليها البناء الاجتماعى ويضمها بين طياته عناصر دفع أو معوق للنشاط السياحى ، فعلى سبيل المثال لا على سبيل الحصر ، نجد أن أبناء المجتمع المحلى برشيد لا يعبرون إهتماماً بالسياحة ولا بالسائحين ويعتقدون أن الإلتحاق أو الدخول معهم فى علاقات تعد من العوامل التى تؤثر فى عاداتهم وتقاليدهم وأعرافهم ، بن أنها تؤثر فى شتى نواحي الحياة ، ويدعون أن تسكهم بالعقائد الدينية الإسلامية يجعلهم ضد إنشاء القرى السياحية مثلاً أو الإهتمام بشواطئ رشيد الطويلة أو إقامة أى

(١) انظر :

- صلاح الدين عبد الوهاب ، تخطيط الموارد السياحية ، دار الشعب ، ١٩٨٨ ، ص ٩٣ - ٩٧ .

- تيميات امام ، أقاليم مصر السياحية ، دار الفكر العربى ، ١٩٩١ .

مؤسسات قطاع خاص تقوم بخدمة السائحين ، وإذا فإن أبناء زينة رغم ثراء معظمهم لا يميلون إلى إقامة أى مشروعات ترتبط بعملية تقديم الخدمة السائحين ، كالفنادق المتعددة ووكالات السفر والمطاعم الفاخرة أو المطاعم الشعبية التى تقدم وجبات شعبية يمتاز بها المجتمع الرشيدى والتي من الممكن أن تكون مصدر جذب السائحين . هذا يعكس الحال تماماً فى أسوان والأقصر حيث نجد أن أبناء المجتمعات المحلية هناك يلهثون وراء السائح فى كل مكان - المرشدين من غلمانهم الذى تعلموا فن الإرشاد السياحى عبر التنشئة الاجتماعية من تلقين الكبار للصغار ويتبارون فى إقامة المشروعات والمؤسسات المختلفة التى تساعد على تلبية رغبات السائحين وتقديم كافة التسهيلات والخدمات لهم .

وهناك العديد من العوامل الاجتماعية الأخرى التى لها أثر فى عملية الجذب السياحى وهى (١) :

#### ١ - عمليات الإقامة وتسهيلاتها :

يعد وجود الفنادق من كل الأنواع ، فنادق خمس نجوم وأربع نجوم والفنادق من كل المستويات بحيث تتناسب مع الإمكانيات المختلفة للسائحين ، بصفة خاصة الشباب والسياحة الجماعية وسياحة الشيوخ (كبار السن) ، حيث أن السائحين لا يتون من مستوى إجتماعى متقارب أو حتى من مستوى معيشى واحد ، كما أن المخدرات القاصين بها لا تتماهى ولا تتقارب ، كما أن عادات الاستهلاك فى الإنفاق تختلف من سائح إلى آخر ، ومن الممكن أن تؤدى وفرة أو عدم وفرة أماكن الإقامة فى كل المستويات وسهولة الوصول إليها والاعتماد بشلوب الخدمة فيها دوراً هاماً فى عملية تدعيم أو تعويق النشاط السياحى .

#### ب - بيوت الشباب :

مما هو جدير بالذكر أن البلدان التى تتوفر فيها بيوت الشباب سنجد أنها ستكون عنصر جذب هام للأنواع السياحية الجماعية ، وخاصة الشباب . نظراً لقلّة تكاليف الإقامة فيها مع وجود الخدمة فيها .

#### ج - وفرة المواصلات وتسهيلاتها :

تعتبر المواصلات من العوامل الاجتماعية العامة التى تؤثر فى النشاط السياحى ، حيث أن المواصلات تقوم بنقل الناس ، أو السائحين من مكان إلى مكان آخر ، فهى تقوم بتقريب البعد المكاني وتجعله يتوافق مع البعد الزماني فى حياة الإنسان سواء كان سائحاً أو مضيفاً .

وكما كانت وسائل المواصلات سريعة وسهلة وتطبيقاً وأسعارها مناسبة ستجدها تسهل النشاط السياحى سواء كانت محلية داخلية لأبناء الوطن الأصلى فى زيارة مجتمعات محلية أخرى داخل

(١) أنظر : محمد يسرى إبراهيم محمد - الزيرة السياحية والتنمية السياحية ، وكالة البث ، ١٩٩٢ ، ص ٩٩ - ١٠٦ .

المجتمع الكبير أو سياحة خارجية حيث أن السائح الأوربي قادم من بلدان قد استطاعت أن تستخدم الأساليب التكنولوجية في خدمة وسائل المواصلات .

#### د - حجم المعلومات والمعارف التي يأتى بها السائحون :

وتعد وفرة المعلومات والمعارف عن الاقطار التي يزورها السائح من الأهمية بمكان في الاستمتاع الكامل بالرحلة السياحية والجولات الداخلية ، ونجد الآن إهتماماً متزايداً في الكتابة عن معظم بلدان العالم وأصبحت الكتب متوفرة في كل مكان تحكى بالوصف عن أهم أماكن الزيارة وبعض طباع الشعوب والعاملات المستخدمة ووسائل المواصلات واللغات المستخدمة في كل البلدان . مثل هذه الأمور البسيطة تسهل على السائح قضاء وقته وتوفير كثير من جهده ووقته في البحث عن الأماكن التي يرغب في الذهاب إليها .

كما نلحس أهمية النشرات والكتب التي تصدرها مكاتب تنشيط السياحة في أى دولة ، وكذلك النشرات التي تصدرها كثير من مكاتب الخدمات السياحية التي يشرف عليها القطاع الخاص بكفاءة عالية ، وجعل دورها بارزاً يقف مسانداً للمؤسسات القطاع العام في مصر في عملية الراج السياحي ، وتحمل النشرات كافة المعلومات السياحية عن المزارات والأنواع المختلفة للسياحة وتحكى عن عناصر التراث الثقافى المتنوع والمتمايز في ثقافة المجتمع المضيف التي تختلف وتتمايز بصورة أو بأخرى عن ثقافة السائح .

ونجد من الأهمية بكان أن تشير إلى أهمية إمداد السائح بالمعلومات الصادقة والسريعة من الأفراد القاطنين على الخدمات السياحية سواء كانت هيئات رسمية أو غير رسمية في أى مكان يلتقى فيه السائحون هؤلاء الأفراد ، ويبرز هنا الدور الهام الذى من الممكن أن تلعبه جمعية مثل «جمعية أصدقاء السائح» الموجودة في كثير من البلدان المضيئة التي تنتشر بها أى أنواع السياحة ، المهم أن جمعيات أصدقاء السائح يكون لها دور نشط وليس عملية تقليد لوجودها ك فكرة ، ومن الممكن أن تتعدد الأنشطة ، في هذه الجمعيات بحسب أنواع السياحة المتعددة ، كالسياحة الأثرية ، السياحة العلاجية ، السياحة الثقافية ، سياحة الصيد ، سياحة المؤتمرات ، السياحة الدينية ، السياحة الرياضية ، سياحة الفوص ، سياحة العسكرية ... إلخ ، فلماذا لا تكون داخل الجمعية فرق عمل متخصصة ومتعددة المواهب ، ونشطة في كل ميدان من هذه الميادين ويكون لديها معرفة ببقية أنواع السياحة ، لكي نجعلها تعمل في المجال الذي يستهويها خاصة وأن أعضاء هذه الجمعيات أولاً وأخيراً تعتبر قوى عمل تطوعى بغض النظر عن المكافآت الرمزية التي يتقاضونها نظير الجهد الرائد الذي يقومون به ، وهنا نجد أن جمعية أصدقاء السائح لابد أن ينضم إلى أعضائها شباب من الجنسين يهتم بالنواحى الدينية ومتخصصين في النواحي الصحية والأثرية والمعمارية والأبنية والفنون الشعبية والمسرحية ... إلخ (١) .

ونأمل ألا يقتصر الأعضاء على من هم في مرحلة التعليم الجامعي أو التعليم بصفة عامة ، بل يجب أن يستثمر خدماتهم حتى يعد التخرج ومن الممكن قضاء الخدمة العامة في هذه الجمعية ومن الممكن الإستمرار بالعمل في هذه الجمعيات كهيئة رسمية نظير المكافآت التي تجعلهم يعملون بارتياح ووفور بمتطلباتهم خصوصاً وأنهم يجب أن يظهروا بالمظهر اللائق من حيث اللبس ، المهم أن يكون حب العمل والإقتناع به تابع من داخل الشاب أو الفتاة والهدف منه خدمة المجتمع بغض النظر عن العائد المادي نظير هذه الخدمة حتى لو كان يحصل على أكثر مما يحصل عليه زميله في نفس المستوى التعليمي والذي يعمل في أحد مؤسسات الدولة أو القطاع الخاص حتى يبدع هؤلاء الشباب ويستفيد بطاقتهم وقدراتهم ويحاول استثمار ذوى المهارات الخاصة والقدرات الخاصة في المجالات التي ينبغي فيها .

#### هـ - رفاق الرحلة (الصحب) :

يعد الرفاق الذين يصبحون السائح في رحلته ، خاصة وأنه من الصعب أن يأتي السائح بمفرده ، فلا بد وأن يأتي إثنين أو ثلاثة معاً على الأقل - هنا نجد أن السائح الذي جاء مع مجموعة من الأصدقاء أحسن اختيارها فباتأكيد سيستمتع تماماً برحلته وسينقل إنطباعاً طيباً ومعلومات كافية ووافية عن البلد التي زارها - ثم أنهم خلال جولاتهم الداخلية سيتجاذبون الأحاديث والمعلومات والمعارف ويلتقون الصور التي ستظل تذكهم بهذه المشاهد إلى ذكريات الأيام السعيدة التي قضاها سوياً ، وهنا سيكون التفاعل بين الأصدقاء أو الرفاق إيجابى .

كما نجد أهمية كبيرة في إلتقاء هؤلاء السائحين لو كانوا سعداء الحظ بأعضاء الجمعيات الطوعية لجمعية «أصدقاء السائح» التي نطمح في تدعيم دورها ونشرها على صعيد المجتمع ككل - ثم لو كانوا أكثر حظاً بصحبة مرشد سياحى على درجة عالية من سرعة الإستجابة وقدرة على توصيل المعلومات التي يحتاج السائح إلى معرفتها - بناء عليه يكون رفاق الرحلة أحد العوامل الهامة - يؤثر في عملية الجذب السياحى وزيادة فعالية الخدمات المتعددة التي تدعم النشاط السياحى وتؤدي إلى التنمية السياحى في النهاية (١) .

#### و - الاستقرار الاجتماعى والاقتصادى في البلد المضيف :

ويعنى الاستقرار الاجتماعى أن يكون غالبية أفراد المجتمع مستقرين ليس بينهم أى عناصر يمكن أن تحدث إزعاج وقلق في حياة أبناء المجتمع واستقرارهم وبالتالي يمكن أن تحدث إزعاج وعدم إرتياح بين أفواج السائحين خصوصاً لو تكررت تلك الأحداث من هذه العناصر .

كما أن إستقرار المجتمع اقتصادياً وارتفاع مستوى الدخل فيه نسبياً بين معظم أبناء المجتمع وعدم

(١) انظر : محمد يسرى إبراهيم دس ، العلاقات الاجتماعية السائح ، وكالة البنا ، ١٩٩٢ .

ارتباط المجتمع إقتصادياً بأى دولة أخرى قد يكون مثل هذه الأمور نصيب من السيطرة على هذا المجتمع ، وبالتالي السيطرة على أبناء المجتمع ومن ثم يفرض هذا الوضع شيء من التبعية ليست الاقتصادية فحسب ولكن التبعية السياسية والاجتماعية فى النهاية .

كما أن الاستقرار السياسى الداخلى بصفة خاصة الذى يتمثل فى عدم وجود صراعات بين أحزاب سياسية متعددة داخل المجتمع ويسعى كل حزب من هذه الأحزاب إلى الوصول إلى عرش الحكم مستخدماً فى ذلك كل الأساليب والوسائل التى تحفز أبناء المجتمع للتعاطف معه فى سبيل تحقيق هدفه هذا من ناحية ، ثم عدم وجود أى جماعات خاصة لها مصالح سياسية تتنافى مع المصالح العامة للمجتمع من الناحية الثانية ، وتكون مصدر قلق وإزعاج للسلطة وإزعاج المواطنين وبالتالي إزعاج للسائحين الذين يعتبرون ضيوفاً على المجتمع إياهم تواجدهم فى ظل مثل هذه الظروف والأحوال غير المستقرة ، وبعد الأحداث الإرهابية من جانب بعض الجماعات المتطرفة والإعتداء على الأشخاص والملكيات الخاصة العامة والأحداث المؤسفة والمقصودة لحد من تدفق السائحين على مصر . وبناء عليه يكون مثل هذه الأحوال أو الظروف والملابسات من العوامل المؤثرة إلى حد كبير على عملية الرواج السياحى أو التنمية السياحية فى النهاية .

### ٣ - عدم وجود حروب :

وجدير بالذكر أن الحروب تخلق ظروفاً غير عادية فى المجتمع الذى يكون طرفاً فى أى حرب مع أى مجتمع آخر أو حتى توجد به حروب أهلية بين الطوائف والأقليات ذات المصالح المتصارعة وتحدث فى هذه الظروف القاسية تأثيرات عكسية وضارة على الحياة السياسية والاقتصادية والثقافية والنفسية والاجتماعية فى النهاية لكل أبناء المجتمع مما يؤثر على الحياة الحياتية والنفسية والاجتماعية لأبناء المجتمع ، ويؤثر عليهم كمستقبلين لضيوئهم من السائحين .

وتدل الإحصائيات الحالية والبيانات التى يدلى بها المستولون عن النشاط السياحى فى مصر ، وبناء على المعلومات التى نقرأها على صفحات الجرائد والمجلات من إزدهار حركة الرواج السياحى لكثير من الدول العربية وبصفة خاصة مصر بعد إستقرار حالة الحرب فى الشرق الأوسط وحرب الخليج مؤخراً ، وهذا بالطبع ستظهر نتائجها فى الفترة المقبلة والذى يتجلى فى أكبر صوره فى تدفق الأفواج السياحية من الدول العربية وبصفة خاصة والدول الأوربية بصفة عامة .

### ج - العوامل السياسية المؤثرة فى الجذب السياحى

تعد العوامل السياسية من العوامل الهامة التى تؤثر على عملية النشاط السياحى ، ومن ثم الجذب السياحى ، ويبدو ذلك من العرض التالى :

بطبيعة الحال إن كل دولة من دول العالم لها مساراً سياسياً معيناً وأيدولوجية محددة ، فهناك بلدان نجدها مفتوحة على العالم ، ليس هناك قيود في حركة الناس الذين هم مثار إهتمام علم الأنثروبولوجيا سواء في حرية التنقل والترحال داخل المجتمع أو خارج المجتمع إلى أي دولة أخرى كيفما يشاؤون طالما لديهم جوازات سفر ، وطالما ليس هناك ضرورة أمنية تحول دون سفرهم ، أو مطلوبين وفي إنتظار أي أحكام قضائية تمس الأمن العام ، وحتى هذا في أغلب الأحوال يتم في ظل قوانين خاصة مثل قانون الطوارئ وبالقطع حركة سهولة دخول وخروج الأفراد سواء أبناء الوطن الأصلي أو السائحين له أثر كبير في عملية الرواج السياحي ، وينتج الاستقرار السياسي في أي مجتمع في ناحيتين هامتين هما :

#### ١ - الاستقرار السياسي الداخلي :

وبعنى إستيئاب الأمن والأمان لدى المواطنين وحق كل مواطن في التعبير بحرية عما يجول في خاطره نتيجة شعوره بالديمقراطية ومعرفة كل إنسان في ظل الديمقراطية بحقوقه وما عليه من واجبات تجاه المجتمع ، كما أن الاستقرار السياسي الداخلي ينجم عن عدم وجود حروب أهلية أو أي صراعات طائفية من شأنها قلقة الإستقرار السياسي الداخلي ، وبالتالي تؤثر في رؤية مختلف دول العالم للإستقرار السياسي الداخلي للبلد المضيف ، وأثره على العلاقات الدبلوماسية خصوصاً وأن السائحين في أي بلد سياحي يعتبرون من رعايا الدولة التي يتمتعون بجنسيتها وعلى هذا الأساس يعاملون على أنهم رعايا تلك الدولة في البلد المضيف .

#### ٢ - الاستقرار السياسي الخارجى :

ويتمثل في علاقات الجوار الطيبة بين الدول بعضها البعض ، وعدم وجود أي مشاكل حدود بين الدول ، مما يسمح بسهولة الدخول فيها والخروج بالأسلوب القانوني ، كما أن الدول في ظل الدبلوماسية الطيبة يتمتع رعايا تلك الدول بكافة أشكال الحماية والرعاية في أي دول بينها تلك العلاقات الدبلوماسية الطيبة ، وتشكل عدم وجود أي نزاعات أو حروب بين أي دولة وأخرى خصوصاً الدول التي تتمتع بإمكانيات سياحية من أي الأنواع فيكون ذلك عاملاً هاماً في إنزباد حركة الرواج السياحي لما تتمتع به هذه الدول من الاستقرار الداخلي والخارجي وإحساس السائح بأنه وكفته في موطنه وإحساس أبناء البلد المضيف بأنهم لابد وأن يستقبلوا السائح من خلال إستقرارهم الاجتماعي واستقرارهم النفسي وفي ضوء المزاج العام الذي يملئ إنطباع عام عن إختلاف وطباع شعب البلد التي يزورها السائح ، حيث أن السائح هو أداة الاتصال الثقافي بين الشعب المضيف وبين شعبه في حلة العودة إلى وطنه ، وخير دليل على أثر العوامل السياسية في الرواج السياحي ما يشاع عن مصر من بين مع الدول العربية خاصة ، والدول الأجنبية عامة بتمتعها بعوامل أمنية قوية وقلة حوادث الشغب وحالات السرقة بالإكراه أو القتل والإغتصاب ، هذا فضلاً عن تمتعها بالاستقرار السياسي الداخلي إلى حد كبير - إذا ما قورن بما يحدث

في معظم دول العام خصوصاً الدول الأوروبية وأمريكا - ثم الاستقرار السياسي الخارجى بعد توقف الحرب في الشرق الأوسط لمدة طويلة هذا فضلاً عن تمسك أبناء مصر بكثير من العادات والتقاليد الشعبية الأصيلة وتمتعهم بصفات الطيبة والكرم المصري الموهود ، وترباهم بئى ضيف من خارج المجتمع ، وأدت مثل هذه العوامل إلى زيادة عدد الأقواج السياحية إلى مصر خصوصاً سياحة أفواج الشباب وأفواج المسنين وسياحة المؤتمرات بالإضافة إلى وفود التمثيل الشبابى

كما أن مصر استقبلت بعودة العلاقات العربية مع كثير من الدول العربية وبزمت تلك العلاقات على الصعيد الدبلوماسى والاقتصادى والثقافى والطى الكثير من السائحين العرب فى شكل أفواج جماعية وفردية خصوصاً وأن السائحين العرب دائماً يفضلون مصر على كثير من دول العالم ، نظراً للعادات والتقاليد المتشابهة بالإضافة إلى عامل اللغة المشتركة .

ولقد كان لكل هذه الأمور أثراً كبيراً على الراج والجنب السياحى لمصر وإزدياد حصيلة مصر من العملة الحرة نتيجة لإزدياد توافد الوفود السياحية والأفراد من السائحين العرب بصفة خاصة ، ويعتبر السائحون العرب من السائحين الأكثر إنفاقاً والأكثر إستهلاكاً على مستوى العالم كله وغير دليل على ذلك أن لندن عندما تعرضت لموجات حر شديدة هى وبعض الدول الأوروبية فى حوض البحر الأبيض المتوسط . كاليونان ويوغوسلافيا وتركيا وإيطاليا ، مما أدى إلى عزوف السائحين العرب عن السفر لمثل هذه الدول وكان لذلك أثراً كبيراً على العائد من السياحة فى تلك الفترة على تلك الدول ، حيث أن السائحين العرب قوى مستهلكة من الدرجة الأولى ، ومع إعتدال المناخ بعد فترة وعودة السائحين العرب إلى لندن كانت فرحة وبهجة لندن بعودة تلك القوى المستهلكة إلى حد البذخ . وعليه يجد السائحون العرب من مختلف الأعمار والأجناس أنواعاً مفتوحاً وإستقبلاً حافلاً فى لندن بصفة خاصة وفى جميع بلدان العالم عامة ، حيث أن السائح العربى هو السائح الوحيد الذى لا يخطط لرحلته السياحية ، من حيث مدة الإقامة وحجم الإنفاق فهو يتفق بسخاء وإسراف ، وهذا هو الذى تبغى أى دولة تخطط للتنمية السياحية وازعة فى إعتبارها من الناحية الأولى أنها تستقبل السائحين أساساً كقوى مستهلكة وليس كقوى منتجة ، ولذا يهتما فى هذا الصدد تقديم كافة التسهيلات للسائحين والإرتقاء بمستوى الخدمات المقدمة إليهم ومحاولة تلبية ميولهم ورغباتهم وحاجاتهم المتنوعة بغية الحصول على أقصى منفعة مادية نظير تلك الخدمات من كافة الأنواع ، ومن قبل كافة الهيئات العامة والخاصة التى تتعامل مع السائح ، ولقد كان لتوجيهات السياسة المصرية بالاهتمام بالسياحة فى الأعوام السابقة وإزدياد هذا الاهتمام ترويجياً خاصة فى الآونة الأخيرة ، مع العلم أن التوجيهات السياسية لها أثراً الواضح فى توجيه المسار الاجتماعى والاقتصادى فى البلدان النامية بصورة واضحة للغاية ، فكان لذلك أثر واضح فى جذب السائحين العرب بأعداد كبيرة بصفة خاصة والأجانب بصفة عامة ، وذلك بعد إنشاء القوى السياحية على

إمتداد الشريط الساحلى الصحراء الغربية وميناء وشرم الشيخ والغردقة وسفاجية وزيادة عدد الفنادق الكبرى وكافة مؤسسات الخدمات السياحية وكالات السفر ... إلخ . ويمكننى إجمال أهم العوامل التى تجعل السائحى العرب يقبلون على مصر دون كثير من دول حوض البحر الأبيض المتوسط خصوصاً لو كان هناك تقارباً سياسياً بين الدول العربية ومصر وكذلك دول المغرب العربى ، كتونس والمغرب والجزائر (دول حوض البحر الأبيض المتوسط) على النحو التالى :

#### ١ - عوامل اللغة المشتركة :

حيث نجد اللغة العربية هى اللغة المشتركة التى تتحدث بها كل الدول العربية بدون إستثناء ، لذا فإن السائح العربى يكون أسهل له التعامل مع كافة الهيئات والقطاعات التى تسهل له رحلته السياحية ، ويجد من يتحدث إليهم بنفس اللهجة فى الفنادق والمزارات السياحية ، بل يجد من يتحدثون نفس اللغة فى الشوارع أثناء سيره على الزقزاق ، يحضر السهرات التى معظم برامجها باللغة العربية ، وهنا يمكن أن يستمتع ويقضى معظم وقته ، فى مصر وبعض الدول العربية مثل تونس والمغرب والجزائر ، فى راحة وسعادة بالغة ، وهنا نجد أن اللغة من الممكن أن تكون عامل معوق للسائح العربى فى الدول الأوربية خصوصاً الذين لا يعرفون اللغات الأجنبية ، بل أننا نجد أن الإنجليز أنفسهم يعرفون عن تعلم لغة غير لغتهم ومتحسين لها ، ثم نجد الفرنسيون كذلك يتعاملون بكبرياء مع السائحى أو على الضيوف الذين لا ينطقون الفرنسية فى الفنادق ، وكالات السفر ، والمطاعم ، حيث لا يجد الذى يتحدث غير الفرنسية سوى المعاملة الجافة وباستياء ويعيد عن المحادثات والترحاب ، ولقد فطنت إنجلترا مؤخراً إلى أهمية إيجاد مرشدين يتحدثون اللغة العربية بطلاقة لاصطحاب وإرشاد أبناء تلك الدول ، كما أقامت أحياء عربية بأكملها تأخذ الطابع الشرقى ويقطن بها السائحون العرب من مختلف بلدان الدول العربية . وهنا نلمس إلى أى حد من الممكن أن تكون اللغة عاملاً معوقاً فى الرواج السياحى .

#### ٢ - تقارب العادات والتقاليد :

مما هو جدير بالذكر أن العرب جميعاً يلتقون ويتقاربون كثيراً فيما نطلق عليه نحن الأثريولوجيين عموميات الثقافة (بمعنى خاصة العادات والتقاليد العامة النابعة من تعاليم الدين الإسلامى المنيف بالإضافة إلى اللغة المشتركة كما سبق القول) ، وهذا مرده أن غالبية العادات والقيم والتقاليد والأعراف العربية مستقاة من إناث واحد ، إلا أن لكل دولة عربية خصوصياتها الثقافية ، وهذا ما تلمسه فى اختلاف بعض العادات الغذائية واختلاف طبيعة الأطعمة وأنواعها ، وكذلك بعض عادات اللبس ... إلخ ، وبالرغم من تلك الخصوصيات فإننا نجد أن السمة الغالبة بين العرب هى تقاربهم وإقبالهم على إقتباس العادات فى حدود ثقافتهم عبر الاتصال الثقافى ، وهذه العمليات نطلق عليها نحن التكيف الاجتماعى الذى يجعل العربى يحس فى أى وطن عربى آخر بقلته فى موطنه أو بين أهله ، هذا بالإضافة إلى ما يحدث من إقتباس



السمات المادية وغير المادية بين أبناء الدول العربية والدول الأجنبية نتيجة عوامل الاتصال الثقافي . وقد من شأنه أن يؤثر على الجذب السياحي بين الدول المستقبلية والمضيضة خصوصاً في المنطقة الثقافية الواحدة كما هو الحال في منطقة حوض البحر الأبيض المتوسط

## ٢ - الكرم المصري المعهود في حسن الاستقبال والضيافة :

وجدير بالذكر أن من أجل الطباع التي تمتاز بها غالبية الشخصية المصرية الأصيلة هي كرم الضيافة وحسن إستقبال الضيوف مهما كانت إمكانية الشخص المضيف وهذا أصبح وحده من الطباع المصرية الأصيلة ، فيعتبر المصري العربي أخ له أو ابن عم له ضيف نازل عليه والزالة والضيافة هذه لها قصص طويلة ومعانٍ عميقة في الأندلس ولوجيا لا يسمع المجال هنا للذكرها أو صديق عزيز جاء لزيارته ويجد في كل الأحوال ومهما كانت الصفة القادم بها السائح العربي حسن المقابلة والإستضافة سواء أكانت إقامته في الفنادق أو الشقق المفروشة أو الإقامة عند الأصدقاء المصريين ، ولذا العربي يجد نفسه في مصر وسط أهله وفي وطن ثانٍ له .

## ٤ - إنخفاض أسعار الإقامة والخدمات السياحية :

تعد أسعار الإقامة في الفنادق أو الشقق المفروشة ، وكذلك أسعار كافة الخدمات السياحية وأسعار المطاعم مع إرتقاء مستوى الخدمة والأداء في كل هذه الأماكن مناسبة ومنخفضة أو قارناًها بمثيلاتها في نفس المستوى في كثير من بلدان العالم ، لذا فإن السائح العربي أو الأجنبي يحضر وفي تخطيطه مدة معينة ثم يجد أنه بإمكانه في ضوء هذه العوامل السالفة الذكر أن يستمر لفترة أخرى بنفس الإمكانيات ، وهذه الأمور كانت من الأسباب الحقيقية وراء الراج السياحي الذي شهدته مصر في السنوات القليلة الماضية ولا يزال الحال كذلك وفي إزياد مضطرد .

## ٥ - إعتدال الأحوال الجوية :

يعد إعتدال الأحوال الجوية في مصر في الصيف والشتاء من أهم العوامل لجذب السائح العربي خاصة والأجنبي عامة ، حيث أن السائح العربي لا يطيق الحر فهو هارب بسبب شدة حرارة الجو في الصيف والرطوبة العالية في الشتاء ، ونجد في مصر أن حسن الطقس وجمال الطبيعة الخلابة التي تمتع النظر وتشير في الإنسان عروية حب الجمال والتفاني به . وتلمس من هذه الفكرة البسيطة عن الأحوال الجوية إلى أي حد تكون عامل جذب هام للسائح العربي والأجنبي على وجه العموم .

## ٦ - وفرة سبل المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية وبأسعار مناسبة :

ولقد كان لوفرة عوامل المواصلات بمصر وبأسعار مناسبة جداً خصوصاً تلك السبل التي خصصت أساساً لخدمة السائحين ، حيث نجد الآن سيارات وأتوبيسات من أحدث الموديلات ومجهزة بأحدث أجهزة

التسليّة كالفيديو في خدمة أفواج السياحة الجماعية أو السائحين كأفراد ومن الممكن إحضار مثل هذه السيارات في دقائق معدودة عن طريق الاتصال بالتليفونى . كما نجد فى سهولة ووفرة خطوط الاتصال السلكى واللاسلكى والتلفراف ... إلخ وإنخفاض أسعارها بمقارنتها بكثير من دول العالم أن جعلت عوامل اتصال السائحين بدوهم وإحتياجاتهم وقضاء مصالحهم أمراً سهلاً وميسوراً . ولقد كان لهذه الأمور أثر بالغ الأهمية فى عملية الرواج السياحى .

كل هذه العوامل سالفة الذكر قد أثرت بصورة أو بآخرى على تنفق السائحين العرب بصفة خاصة والسائحين الأجانب بصفة عامة .

ويمكن أن أجمل بعد القرارات التى اتخذتها وزارة السياحة نتيجة اهتمامها المتزايد بالسياحة ولقد أثرت تلك القرارات تأثيراً كبيراً على تنفق السائحين العرب بصفة خاصة والسائحين الأجانب بصفة عامة مما كان له أثر بالغ الأهمية فى النهاية على التنمية السياحية على النحو التالى :

أ - تبسيط إجراءات دخول سيارات السائحين الخاصة ومد فترة بقائها فى مصر إلى ستة أشهر بدلا من شهرين .

ب - منح المجموعات السياحية تخفيضات وتسهيلات وصلت إلى حدود ٥٠ ٪ بالنسبة للإقامة فى الفنادق أو زيارة الأماكن السياحية .

ج - الاتفاق على تلجير الشقق المفروشة عن طريق شركات السياحة لحساب أصحاب العقارات تحت إشراف وزارة السياحة بدلا مما كان يحدث فيما مضى من ترك الاتفاق على الشقق المفروشة للسماسرة وتدخل الوسطاء ، وهذا كان من شأنه أن يعطى صورة غير مشرفة تبعاً لاستغلال السائحين ومحاولة الحصول منهم على أكثر مما يستحق إيجار هذه الشقق بصفة عامة .

د - عمل كتالوجات وكتيبات بالبلاتشات والشقق المفروشة ، وكذلك أما كن تواجدها عن طريق الشركات السياحية .

هـ - إفتتاح مصايف جديدة فى شمال وجنوب سيناء والبحر الأحمر والغردقة والدلتا والساحل الشمالى الغربى ، مما أدى إلى زيادة إستيعاب الأعداد المتزايدة من السائحين وتخفيض الضغط على الاسكندرية ومرسى مطروح ورأس البر ، تلك المصايف التقليدية التى بدأت لا تكفى لاستقبال مزيد من السائحين العرب ويمكننى أن أضيف نقطة أخرى ، وهى إنشاء القرى السياحية الجديدة وتعددها وتنوعها وتنافس الشركات القائمة على تنفيذها فى تطوير وتدعيم وزيادة خدمات ومرافق هذه القرى تدريجياً ، وهذا من شأنه أن يخلق جواً جديداً غير تقليدى أو أسلوباً جديداً فى تقديم الخدمات السياحية وإحتياجات السائحين من خلال أنماط جديدة لإقامة غير مالوفة ، وإتقديم الاكلات الشعبية

المشهورة في مصر بشاليبها غير المألوفة ... إلخ . مثل هذه الأنماط غير التقليدية من شأنها أن تجذب السائحين من كل أرجاء الدنيا خصوصاً الأجانب الذين يتمتعون بدينامية الأنماط السلوكية وتمايزها وتغايرها حسب الزمان والمكان الذي يعيشه الأجنبي ، ويحب تجريب كل ما هو جديد والبحث عن التمتع والمعارف في كل مكان وزمان .

و - التسهيلات الجمركية وتسهيلات منح الإقامة ، وهذا له دور بارز في زيادة إقبال السائحين خصوصاً بعد أن بعدنا عن التعقيدات وإجراءات الجمارك المتعددة والمكررة ، وكذلك تسهيلات الإقامة التي كانت تأخذ إجراءات طويلة المدى حتى تُمنح للسائح .

ز - عمل نشرات ومطبوعات تتضمن إرشادات سياحية تتضمن لقائمة الإختيار بالنسبة للسائحين العرب بصفة خاصة والأجانب بصفة عامة بالنسبة للمصايف ومراكز العلاج والرحلات الجوية ووسائل المواصلات والاتصالات السلكية واللاسلكية ، ومما هو جدير بالذكر أن هذه النقطة الأخيرة تحتاج إلى مزيد من الجهد والدعم ومزيد من الاهتمام . حيث أن تعريف السائح بأماكن الكافيتريات ، والفنادق ، وكافة الخدمات السياحية ، وتلبية إحتياجات الملحة وغير الملحة عبر أسلاك التليفون ، وتسهيلات اتصاله بأي مكان في العالم ويؤويه في بلده عبر شبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية بسهولة سيجعل بالطبع التدفق السياحي إلى مصر يزداد يوماً بعد يوم ، لقد كانت هذه بعض الإجراءات التي اتخذتها وزارة السياحة وساعدت على تدفق السائحين العرب بصفة خاصة والسائحين الأجانب بصفة عامة على مصر ، وهذا جعل المسؤولين والمتخصصين والمهتمين بالنشاط السياحي يحسون بالفعل بأهمية دعم النشاط السياحي والتهوؤ بكل عملياته لما له من دور هام في زيادة الدخل القومي وبالتالي النهوض بالتنمية الشاملة في المجتمع ككل .

#### د - العوامل الاقتصادية المؤثرة في الجذب السياحي

ويمكن إجمال أهم العوامل الاقتصادية في النقاط التالية :

١ - إن الإنسان السائح الذي هو محور إهتمام أنثروبولوجيا السياحة ، هو إنسان ذو مستوى معيشي معين ولو دخل يتفاوت من شخص إلى آخر ، يحتل طبقة إجتماعية معينة ، يلبس دوراً مختلفاً في الحياة من شخص إلى آخر ، ويشغل مركزاً معيناً يختلف من سائح إلى آخر ، ذو مستوى ثقافي وحضاري متمايز ينتمي إلى فئات عمرية متفاوتة ، إنسان له ميول ورغبات وحاجات متفاوتة من سائح إلى آخر حسب الفروق الفردية من شخص إلى آخر ، إنسان قد يثني في جماعة أومفرده ، ويدخل في علاقات متعددة ومتنوعة مع جماعة الأصدقاء القادم معهم أو زملاء الرحلة أو أبناء البلد المضيف أينما يسمح أو يتطلب الأمر التفاعل معهم ، وفي حدود معينة تقرها طبيعة التعامل وحدوده بينهم .

## ٢ - ولرة أو ندرة أماكن الإقامة من ناحية الكم والكيف :

وبهنا في هذه المسألة الخاصة بوفرة أو ندرة الفنادق وكافة أماكن الإقامة ليس عملية العدد فقط ولكن يهنا أيضاً مستوى الإرتقاء بالخدمات في تلك الأماكن ، ونبرز هنا عدة مسائل هامة في هذا الصدد هي :

١ - تعدد وتنوع وتمايز أنواع هذه الفنادق ، كفنادق الخمس نجوم والأربع نجوم والثلاث نجوم ... إلخ ، أي مراعاة المستويات المتميزة إجتماعياً وثقافياً ومادياً للسائحين ، وأن تكون أسعارها في متناول كل هذه الفئات المتميزة .

ب - مراعاة الناحية الكيفية والتي تتعلق بطبيعة الخدمات المقدمة للسائحين والإرتقاء بمستواها في أي فندق من هذه الفنادق ، أي الوصول بالخدمات المقدمة للسائحين إلى ذروتها في ضوء مستوى الفندق وإمكانيات السائح نفسه .

ج - الإهتمام بالفنادق التي من الممكن أن تستقبل أي نوع من السياحة الجماعية كسياحة الشباب والمسنين والسياحة الجماهيرية ، والتي من الممكن أن تصطبغ التورات الأولمبية .. إلخ . حيث أن أعضاء هذه الأنواع من السياحة يحتاجون لنوع معين من الفنادق وبأسعار تتناسب مع إمكانياتهم البسيطة .

د - الإهتمام بنظام المخدمات السياحية والذي يتقارب إلى حد ما مع نظام القرى السياحية ولكن يختلف معه في تكاليف الإقامة والمصاريف التي تتبعها نتيجة الخدمات المقدمة للسائحين من مستوى الدخل .

هـ - الإهتمام بالقرى السياحية خاصة وأن هذا النظام للإقامة يستهوى السائحون الأجانب بصفة خاصة نظراً لإقامة مثل هذه القرى في المناطق الصحراوية حيث أن هذه البيئة الصحراوية وهذا النمط المعيشي أو العياني الذي يبعد عن الأنماط التي اعتادوا يكون أكثر جذباً للسائحين بصفة عامة ولقد بدأ هذا النمط من الإقامة يستهوى بعض السائحين العرب الذين يعملون إلى الجو الهادئ بعيداً عن أضواء المدن بصفة خاصة .

و - الإهتمام ببيوت الشباب وأنها تخدم طبقة عمرية هامة من الطبقات العمرية التي يتضمنها المجتمع خاصة وأن هذه الطبقات التي تميل إلى الترحال والسياحة والتجوال بئي إمكانيات مادية فضلاً عن أن هذه الطبقة العمرية تتمتع بحب المفامرة والشفف والإستزادة بالمعارف وعقد الصداقات المتعددة في كل أرجاء العالم بالإضافة إلى قوتهم الجسمية وحالتهم الصحية المسنة وقدراتهم على تحمل أي ظروف صعبة ممكن أن تواجههم في رحلاتهم

حضر لاهتمام عظام الأكلات الشعبية . حول اتفاق على مختلف . بها ويساعده مناسبة تكون حافزاً على لإقبال عليها دون غيرها من الأكلات الأخرى المألوفة للساحر خصوصاً وأن كل مجتمع من المجتمعات الإنسانية على اختلاف أنماطها المجتمعية واختلاف أنماطها الثقافية تمتاز ببعض الوجبات الشعبية على صعيد المجتمع بل أن هناك تميز وتفرّد ببعض الوجبات الشعبية للمجتمعات المحلية دون غيرها من المجتمعات أو الجماعات الأخرى داخل المجتمع الواحد

ويستوى هذا النظام للأكولات الشعبية إلى حد كبير نولاء الفنادق الكبرى من السائحون العرب بصفة خاصة . بل أن الكثير من أبناء البلد المضيف من ذو الإمكانيات الكبيرة الذين قد لا تسمح لهم الفرصة لتناول مثل هذه الوجبات في منازلهم . كما أن الأجانب قد تستهويهم هذه الأكلات الشعبية خاصة بعد تناولها أو السماع عنها قبل قدومهم إلى البلد المضيف . ولست هذا بنفسى من بعض الزميلات والزملاء الأجانب الذين كانوا يأتون لفترة بسيطة مصداقاً للزيارات العلمية أو الثقافية أو حتى لتعلم اللغة العربية لفترة ما . وإقبالهم بل وإصرارهم في كثير من الأحيان لتناول الوجبات الشعبية مرة بعد أخرى خاصة الفول والفلفل والعجة وبالذات في الأماكن المشهورة بذلك وبناء عليه فقد سجلت بعض الفنادق الكبرى خاصة فندق رمادا وشيراتون المنقزة بالاسكندرية على سبيل المثال لا سبيل الحصر في تقديم الأكلات الشعبية كطباق الفول والطعمية والعجة . وكذلك السندوتشات من تلك الأنواع . بل وضع الفول في قلوب من النحاس المطلى باللون الذهبي الملفت لأنظار السائح من مختلف أقطار العالم . وشاهدتهم يتهافتون على سندوتشات وأطباق الفول والطعمية والطرسى والعجة . بالإضافة إلى ذلك على ولقمة القاضي والار بالبر والمحشى خصوصاً ورق العنب والفقه والكوارع . ويمكننى أن أسجل أن طبق الفول الصمير وطبق فلفل صغير وطبق طرسى والعيش أى وجبة شعبية بسيطة سعرها وصل إلى خمسة عشر جيبهاً مصرياً ومثلها في المطاعم الشعبية لا يتعدى جنيهاً مصرياً . كما نجد بعض الفنادق قد استحدثت تقديم الأكلات الشعبية السالفة الذكر على طيالى من الأوميموم داخل الخيام (الشوادر) كخيام العبد السياحية حوار فندق مكة بالاسكندرية . وشاهدت عن كثر إقبال السائحون العرب والأجانب على تناول الأكلات الشعبية على الطيالى الأوميموم أو السندوتشات بأسعار سياحية تتفق كثيراً أسعارها في أماكن أخرى لأنها تقدم لفئة معينة من السائحون . بينما من الممكن أن نجد فئة السائحون خصوصاً الأجانب الذين يبحثون دائماً عن البديل . يتناولونها في أماكن أخرى مثل مطاعم سيدنا الحسين الشعبية ومن المتخصصين في فن طهيها وتقديمها في ثوبها الحقيقي أى التقليدى

هذه الأمور السابقة عندما يتناولها الأثريولوجى بالوصف وبالتحليل لكل الأبعاد المختلفة . وكافة

العوامل المتعددة والمتنوعة المؤثرة فيها ، نجده يمدنا بمادة ميدانية غزيرة تفيد المتخصصين والمهتمين بالنشاط السياحي في تخطيطهم للتنمية السياحية ومن ثم التنمية الشاملة .

٤ - يجب أن تكون أسعار الخدمات المكاملة ، مثل أسعار الكافيتريات والمطاعم ووسائل الترفيه متفاوتة ومناسبة للسائح من مختلف الطبقات الاجتماعية والطبقات الاقتصادية والطبقات العمرية أي السائحون ذوي الإمكانيات المرتفعة والسائحون ذوي الإمكانيات البسيطة خصوصاً الشباب ومحدودي الدخل ، كما تتناسب مع السياحة الجماعية الممتلئة في وفود الطلاب ووفود الشركات سواء أكانت هذه السياحة الأخيرة من داخل المجتمع نفسه أم من خارج المجتمع ، حيث أن هذه الأنواع من السياحة تحتاج دائماً إلى تخصصات خاصة في أماكن الإقامة والمطاعم والمزارات السياحية ووسائل النقل ووسائل التسلية والترفيه .... إلخ .

٥ - إرتفاع أو إنخفاض قيمة العملة النقدية التي يتعامل بها البلد المضيف لها أثر كبير على جذب السائحين وهناك دليل على ذلك ، فإن إنخفاض الدينار التونسي أدى إلى إقبال السائحين من جنسيات متعددة على تونس ، ومرد ذلك من الناحية الأخرى هو إمتلاك تونس - كأحد دول حوض البحر الأبيض المتوسط - لكثير من المقومات السياحية خاصة المزارات الأثرية ، والحدائق الخلابة ، والمتنزهات ، فتونس تعتبر من أفضل دول السياحة في العالم ، وإذا كان إنخفاض الدينار التونسي أدى إلى الراجح السياحي في تونس ، فإن إنخفاض الجنيه المصري بالنسبة للعملة الأجنبية الأخرى وكذلك إنخفاض أسعار الخدمات السياحية أو المطاعم أو الكافيتريات والمنتجات الأثرية أدى إلى إقبال الكثير من السائحين بصفة خاصة والأجانب بصفة عامة على السياحة في مصر دون بلاد كثيرة وأصبحت من الدول التي تحتل مركز الصدارة بين أهم دول العالم في مجال السياحة .

٦ - وتقيدنا أنثروبولوجياً السياحة في إمداننا عبر الدراسات الميدانية بكثير من المعلومات والمعارف والعادات المرتبطة بالأنماط الاستهلاكية للسائح ، إختلاف هذه العادات الغذائية من سائح إلى آخر ، عادات اللبس ، كيفية تقديم الأطعمة للسائحين ، تقديم أنواعاً معينة من المشروبات ، وما هي العوامل المختلفة التي تؤثر على الإقبال على أطعمة معينة دون أخرى ، ومشروبات معينة دون أخرى ، فنجد مثلاً أن الدين الإسلامي له موقف من أكل لحم الخنزير ، والمشروبات الكحولية ، لذا فإن تقديم مثل هذه الأطعمة أو المشروبات من عهده يؤثر على إقبال السائحين على أماكن تقديمها عن أماكن أخرى ، نوعية الاكلات الشعبية التي يقبل عليها السائحون ، العادات المرتبطة بتقديم الاكلات الشعبية ، إلى أي حد تختلف العادات الغذائية للسائح الألماني والتي تختلف عن السائح الأمريكي عن السائح الفرنسي عن السائح العربي ، إلى أي حد يمكن التوفيق بين إرضاء حاجات السائحين مختلفي الأنواع ، مختلفي الليل ، والرغبات ، مختلفي المستوى الحضاري والمادى ... إلخ . وشاهدت بنفسى

مدى إقبال السائحين الأجانب بصفة خاصة والعرب بصفة عامة في أيام رمضان المبارك على الاكلات الشعبية التي كانت تُقدم في المطاعم المنتشرة حول سيدنا الحسين والجلوس جنباً إلى جنب مع أبناء مصر من مختلف الأنماط المجتمعية المحلية ، بل كان بعضهم يرتدون الملابس الشعبية كالجلباب البلدى ، ويبتغون إطلاق مدفع الإفطار كما لو كانوا مسلمين ، منتهى المجاملة ومحاولتهم المشاركة في العادات الغذائية لأبناء البلد المضيف ، لم يحاول أحد منهم أن ياكل قبل ميعاد الإفطار خاصة وأنه ليس له أى ارتباط ديني بمدفع الإفطار ، ولكن إحساساً من هؤلاء السائحين بروح الإسلام ، وتقليداً لبعض العادات الإسلامية في تناول الأطعمة الشعبية ، وكذلك شرب قمر الدين أو الضروب قبل الإفطار أى الأنماط الاستهلاكية لتلك العادات الإسلامية خطوة بخطوة ، ثم تناول المشروبات الشعبية ، الشاي الأخضر ، والسحب والتمر هندي والعُقاب بعد ذلك ، وكان بعضهم يحاول تخزين الترجيلة وأكل الأرز باللبن ، وشاهدت بعض هؤلاء السائحين على نفس موائد السحور ومحاولتهم تقليد المسلمين في تناول الأطعمة التي يتناولها المسلمون في السحور .

مما سبق نلمس إلى أى حد تكون بعض العادات الاستهلاكية مثاراً لجذب السائحين بصفة خاصة الأجانب الذين يحيون الأشياء الجذابة وشغوفهم بمعرفة كل شيء عن عادات ولباس الشعوب التي يزورونها حيث أن السائح الأجنبي دائماً يجب أن يستفسر ويسأل ويتقصى عن كل الأشياء التي تبدو غريبة أو جديدة وجذابة ومثارة دهشة بالنسبة له على الأقل .

ويتبين من خلال حسن إستقبال جرسونات المطاعم والقائمين على الخدمة في المطاعم الشعبية للأجانب وترحيبهم الحار بهم خصوصاً وأنهم يقلدون المصريون المسلمون في عادات قريبة إلى قلوب المسلمين ويدفعون البقشيش كأبناء البلد ، ثم بعد تناول الأطعمة والمشروبات يلفون حول مسجد الحسين وكافة المزارات المحيطة بهذا المسجد ، فما نجد الأنثروبولوجي يبحث في كل العوامل المختلفة المؤثرة في أنماط الاستهلاك والأبعاد المتعددة لتلك الأنماط الاستهلاكية ومدى الإلتقاء والتقارب بين عادات الشعوب عامة وهذا يؤكد أن بلد مضيف يستقبل السائحون كقوى مستهلكة وليس كقوى منتجة .

٧ - تكاليف الوصول إلى البلاد الذي سوف ينزل إليها السائح لها أثر كبير على زيادة النشاط السياحي بالإضافة إلى سهولة ووفرة وسائل المواصلات الداخلية إلى أماكن المزارات السياحية والشواطئ وجميع أماكن الترفيه ووفرة المواصلات وسهولة الطرق ويسرها ويساعها مناسبة يؤدي بالقطع إلى رواج سياحي وزيادة أجولات السياحة للسائح وبقلل التكاليف

ومن الملاحظ أن استخدام حصيلة النقد الأجنبي كمحفز للتنمية السياحية في كثير من الدول قد سجل معدلات مرموقة عن إيرادات السياحة النولية ، إذ أصبحت السياحة وسيلة هامة لاكتساب النقد

الأجنبي ، وتسهم في كثير من الحالات بنحو ٢٠ ٪ من إجمالي حصيللة النقد الأجنبي . بل أنها تعد الوعاء الأول للحصول على النقد الأجنبي (أسبانيا - لبنان - المكسيك - كثير من جزر الكاريبي) . وتوضح الإحصاءات في الفترة من ٦٠ الى ١٩٦٨ أنه بينما زادت الصادرات السلعية (ما عدا البترول) بنحو ٧٠,٦ ٪ سنوياً نجد أن حصيللة السياحة الدولية قد زادت بمعدل سنوي يبلغ ١١ ٪ في نفس الفترة (١) .

وإذا كانت الدول النامية يهملها إجمالي حصيللة النقد الأجنبي فإنه يهملها بالدرجة الأولى صافي هذه الحصيللة ، وقد تتجه بعض الدول النامية الى استيراد السلع والمواد السياحية التي تؤثر تأثيراً كبيراً على إجمالي الحصيللة ، ويمكن التمييز في هذا الصدد بين ثلاث مجموعات من الدول :

(أ) في دول هذه المجموعة (المكسيك - يوغوسلافيا - أسبانيا) تُقام التسهيلات السياحية وتجهز وتزد من السوق المحلي ، كما يتم تشغيلها بالعمالة المحلية ، كما أن كثيراً من المشروعات السياحية والفندقية هي مشروعات مملوكة لرؤوس أموال محلية وتدار إدارة وطنية ، بناء عليه تزيد حصيللة النقد الأجنبي الصافي زيادة كبيرة ، حيث تبلغ ٨٥ ٪ من إجمالي الحصيللة في هذه الدول .

(ب) وتضم هذه المجموعة (جزر الكاريبي - الباسيفيكي - بعض الدول المتخلفة في أفريقيا وتتجه هذه الدول الى استيراد كثير من المواد الخام الخاصة بالتشغيل ، مثل بعض أنواع الطعام والشراب) بالإضافة الى العمالة المتخصصة والتجهيزات الفندقية ، وتكون بعض هذه المشروعات السياحية مملوكة لعناصر أجنبية ، وبناء عليه تقل حصيللة النقد الأجنبي الصافي وتصل الى ٤٠ ٪ من إجمالي حصيللة النقد الأجنبي (٢) .

(ج) وتضم الدول التي لا تعتمد اعتماداً كبيراً على الواردات ، لذا فإن حصيلتها من النقد الأجنبي الصافي يصل الى معدل يتراوح بين ٦٠ الى ٨٠ ٪ من إجمالي الحصيللة (٣) .

ويوقع عدد من كتاب السياحة أن عقد الثمانينات سيشهد تدفقات سياحية كبيرة الى كثير من دول البحر المتوسط ومنطقة الكاريبي والمكسيك وتشمل بصفة خاصة الدول الآتية (أسبانيا - يوغوسلافيا - المغرب - تونس - مصر - لبنان - إسرائيل - سوريا - تركيا - قبرص) مع ملاحظة أن النمو في هذه الدول سيرتبط بالأوضاع السياسية في بعض الدول (مصر - سوريا - لبنان - إسرائيل) وتشمل الكاريبي والمكسيك بالإضافة الى كواومبيا وفنزويلا وأمريكا الجنوبية .

(١) نيلز الرعي ، التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية ، مؤتمر السياحة في مصر ، ١٩٨٨ .

(2) Emanuel, de, Kadi., *Tourism passport to development*, Bahson College Library, 1979, p. 20.

(3) Burkart and Medlike, *Tourism and Development Countries*, by world bank, The management of tourism, Heineman, 1981, pp 19 - 20.



٨ - قلة المزارات السياحية فكما كانت أسعار المزارات السياحية كلها منخفضة ستجد إقبالاً من السائحين على تلك المزارات الأثرية خصوصاً الأنواع الجماعية وأفواج الشباب ذو الدخل المحدود أو الجماعات التي تأتي في صحبة جماعية كسياحة الشركات أو المؤسسات أو حتى السائحين الأجانب الذين يأتون في جماعات ومن الملاحظ هنا في مصر أن أسعار المزارات السياحية رغم كثرتها وتمايزها وتتوفاها التي ترجع إلى عصور متعددة وقيمتها الأثرية التاريخية فإن قيمة الدخول إليها أقل كثيراً عن مثيلها في بلدان كثيرة من العالم .

٩ - وجود السوق المصرفية الحرة وسهولة تداول النقد الأجنبي عبر البنوك حيث أن السياسة المصرفية الحالية في مصر كان لها أثراً كبيراً في توفير النقد الأجنبي عبر القنوات الرسمية وبسعر حر ، وهذا له أثر واضح في استخدام هذا النقد في خدمة وتطوير كافة مشاريع التنمية الشاملة وليس مشاريع التنمية السياحية فقط ، بل أن هذا الإجراء كان له بالغ الأثر في القضاء على السوق السوداء واستغلال السائحين والإضرار بهم وتعرضهم في بعض الأحوال لأعمال النصب والسرقة ومن ثم الإضرار بالإقتصاد القومي من جراء تداول العملة خارج البنوك ولصالح فئة معدودة على الأصابع ضاربة بالمصلحة العامة للوطن عرض الحائط .

١٠ - اتفاق نوعية الفنادق مع نمط المجتمع المحلي أو البيئة المحلية ، فعند إقامة الفنادق يجب مراعاة نمط المجتمع المحلي سواء أكان نمطاً زراعياً ، أو نمطاً حضرياً ، أو نمطاً بدوياً ، فبالضرورة ستتفاوت نوعية الفنادق وتنوع وتمايز بحسب النمط المجتمعي ، فما ينفع في البيئة الصحراوية لا ينفع في البيئة الزراعية أو البدوية ولا ينفع في البيئة الحضرية وخير دليل على ذلك أن رشيد وحتى فترة قريبة جداً وحتى المنشآت الموجودة لا تشير إلى وجود فنادق مقامة بهدف خدمة السائحين ، وإذا كان هناك فندقين أو ثلاثة فنادق ، فليس بينها أي تمايز أو تنوع سواء في مستوى الفندق نفسه أو طبيعة الخدمات التي تسمح للسائحين من الفئات والجماعات المتميزة ذو الإمكانيات المتفاوتة والمتمايزة للإقامة في رشيد ومن ثم يعود السائحون للإسكندرية لعدم ترحاب المجتمع في إقامتهم عكس الفيويم والأقصر وأسوان وسينا وشرم الشيخ ... إلخ

وهنا نلمس عاملاً هاماً جداً يؤثر على السياحة وهو البيئة التي ستجلبنا نراعى طبيعتها عند إقامة الفنادق والكاتيفريجات وكافة المنشآت السياحية ، فالذي يتناسب مع البيئة الزراعية غير البيئة الصحراوية ، غير البيئة الحضرية ، بناء عليه نجد أن القرى السياحية كانت من أنسب المنشآت السياحية التي تصلح لبيئة الصحراء .

وبهنا كثرتويولوجيين إلى أي حد سيقبل السائح على هذا النوع من القرى السياحية ، هل القرى السياحية سوف تستقبل الناس في شكل جماعات ، عملية أسعار الخدمات والإقامة في هذه القرى

السياحية ، هل ستتناسب مع إمكانيات الشباب . وهل سيجذبهم هذا النمط من المعيشة أم لا ، هل ستتاسب كل الطبقات الاجتماعية أم أن هذه القرى السياحية ستجذب نموذج معين من السائحين كما رأينا في قرية مراقيا السياحية ، قرية مراقيا جذبت نوع معين من السائحين في مستوى اقتصادي معين ، بل أن أبناء مصر الذين كانوا يقبلون عليها في مستوى اقتصادي متقارب إلى حد كبير من السائحين الأجانب أو قد يفوقونهم في الإمكانيات المادية ، ولكن كنا نجد تفاوتاً فيما بينهم في المستوى الاجتماعي والمستوى الثقافي إلى حد كبير ، هذا التفاوت والتمايز الثقافي والاجتماعي لابد من التعرف عليه في شيء من التفصيل عن طريق الجهد الأثروبولوجي الميداني حتى يتسنى لنا بعد ذلك معرفة إذا ما كان هذا التمايز الثقافي الاجتماعي سيؤثر على الإقبال السياحي تدرجياً أو أن المستوى الاقتصادي هو الملك الرئيسي في هذا الإقبال أو الرواج السياحي .

كما أقصد أنه عند بناء الفنادق وكافة الخدمات السياحية في المجتمعات الزراعية التي بها مزارات سياحية أو مناطق أثرية ، يجب مراعاة أن هذه الفنادق والخدمات المكملة الأخرى للسائحين أو الزوار من أبناء الوطن المضيف ذاته يجب أن تكون في مستوى يختلف بالقسط عن مثيلها في المجتمعات المحلية في الحضر ، أي يتفق مع ظروف المجتمع البيئية والثقافية والاجتماعية ويتفق مع خصائص المجتمع المحلي بما يشمله من أنساق متعددة .

وتعد هذه المسألة من الأهمية بمكان في البحث الأثروبولوجي حيث أننا نهتم هنا بالإنسان الذي سيقوم في هذه الفنادق والذي ستقدم له الخدمات السياحية المتعددة ، كما يهمنا هنا الإنسان الذي ستستقبله في البلد المضيف والذي سيتعامل مع الإنسان في حدود التعامل والتفاعل داخل كافة المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق والمطاعم .... إلخ ، التي سيتردد عليها السائح ، بناء عليه سنعقد مجالاً خصباً للتعرف على أسلوب الخدمة المناسبة وفق الإمكانيات المتفاوتة سنتعرف على الفنادق وأنواعها التي تصلح لكل نمط مجتمعي ، وماهي العقبات التي تواجه الخدمات السياحية في كل نمط مجتمعي ، والتي قد تختلف كثيراً في الأنماط الأخرى ، إلى أي حد سنستطيع الإيفاء بمطالب السائحين من مختلف الطبقات الاجتماعية والطبقات العمرية وأنماط الإقامة التي تصلح لكل هذه الطبقات المختلفة سواء في النمط المجتمعي الريفي أو الحضرى أو البوى .

١١ - أنماط التبادل تعد من المجالات الهامة التي تهتم بها الأثروبولوجيا الاقتصادية أو الأثروبولوجيا بصفة عامة ، حيث أنهم يدرسون أنماط وأشكال التبادل المتعددة مثل التبادل الشعائري أو (التبادل العملى) بين الناس سواء أكان هذا التبادل بالسلع أو استخدام المقايضة كسلوب للتبادل أو السلع في مقابل نقدى ... إلخ .

وهناك عوامل كثيرة تؤثر في التبادل منها العوامل البيئية أو العوامل الاقتصادية ، العوامل

الثقافية ، فهل دائماً التبادل يكون داخل دائرة القرابة ، أو خارج دائرة القرابة ، وهنا نتساعل إلى أى حد يستطيع الأنثروبولوجى دراسة أنماط التبادل والعوامل المختلفة المؤثرة فيها ؟

مما هو جدير بالذكر أن السائحين يدخلون فى علاقات وقتية أو علاقات غير دائمة لفترة محدودة أو طويلة نسبياً فى حالات التبادل الثقافى أو النواحي الأكاديمية أو المناهج الدراسية بينهم وبين القائمين على الخدمات السياحية أو بين بعضهم وبين مواطن البلد المضيف الذين سيتعاملون معهم ، أو الذين سترططهم بهم صداقات ، ف نجد كثير من السائحين أو الأصدقاء فى الدول العربية أو الدول الأجنبية يكون لهم بعض الأصدقاء المصريين قد يكون لديهم صداقات سواء مع بعض أبناء الدول العربية أو الدول الأجنبية ، فكثيراً ما ينزل السائح ضيفاً على هؤلاء الأفراد أو أسرهم ، أو قد ينزل للفنادق ، ثم يتبادلون الزيارات والاصوات على الطعام مما يسمح لهم بالدخول فى علاقات مع هذه الأسر ، لذا يتم بين السائح وأفراد هذه الأسر أنماطاً من التبادل الشعائرى فى الغالب كتبادل الهدايا الرمزية والتذكارية بين بعضهم البعض سواء عند حضور الأصدقاء فى البلد المضيف والتي يأخذها منهم فى رحلة عودته إلى موطنه سواء أكان قادماً للسياحة أو لى غرض ، فمثلاً عندما كان يأتى إلى قسمنا بالكلية أى أستاذ زائر أو طلاب من الدول العربية أو الأجنبية فداشاً يحدث بينهم أنماطاً متعددة من التبادل ، كالهيايا التذكارية والهدايا الأثرية ، وقد كان يصل الأمر إلى أن الأستاذ فى رحلة عودته بعد قضاء مهمته العلمية حاملاً معه الهدايا التذكارية أن يرسل إلينا الكتب العلمية التى كانت تخدم موضوعات البحث التى كنا نعد فيها رسائلنا العلمية أو يرسل بعض الهدايا التذكارية وكذلك صور لأهم المعالم الأثرية فى بلاده فى كل المناسبات التى يتذكر أننا فى بلدنا نقيم لها ثمة إحتفالات أو ثمة طقوس وشعائر معينة أو حتى فى المناسبات الخاصة .

ومما هو جدير بالذكر أن هناك عوامل متعددة ومتنوعة تؤثر فى أنماط التبادل بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين أبناء البلد المضيف منها العوامل الاقتصادية (عامل الثمن للسلع - عامل الدخلى للفرد) ، ومنها العوامل الثقافية (العادات - التقاليد - والعرف - والدين) ، والعوامل النفسية (المزاج العام لإبناء البلد المضيف والمزاج العام للسائحين والنواضع والعاجات الدخول فى علاقات الإرتياح النفسى - حب المغامرة ... إلخ) .

#### ٥ - العوامل الثقافية المؤثرة فى الجذب السياحى

مما هو جدير بالذكر أن الإنسان يمتاز عن الكائنات الحية الأخرى بتنوع أنماط السلوك والاستجابات المتعددة تجاه المواقف المختلفة ، وعليه تختلف العادات السلوكية ويتبلور هذا الاختلاف فى اختلاف عادات الطعام فى الجماعات المتباينة ثقافياً ، يعنى على سبيل المثال وإيس على سبيل الحصر أن العادات الغذائية للبدو تختلف عنها عند القرويين ، عنها فى المجتمعات المتحضرة ، كما نجد أن عادات الغذاء أو

المشروبات تختلف عند الإنجليز ، من الفرنسيين ، عن الشرقيين . وقد تناولت ذلك خلال حديثي عن العادات الغذائية ، ونجد مثل هذا التمايز والاختلاف أيضاً في عادات اللبس والزينة في الأنماط المجتمعية المختلفة ، حيث نجد أن الوظيفة الاجتماعية أساساً للزينة واللبس - كسمات مادية - تختلف وتختلف من نمط مجتمعي إلى نمط مجتمعي آخر ، فقد تكون وظيفة اللبس في مجتمعات معينة للدلالة على الحياة أو الوقاية من البرد في الشتاء وقيظ الحر في الصيف في مجتمعات أخرى ، وقد نجد وظيفته الدلالة على المكانة الاجتماعية أو الدلالة على البذخ أو مظاهر الثراء ، أو نجد وظيفته الدلالة على المهنة أو بعض الحرف أو الدلالة على نوع الجنس ... إلخ ، ومن الممكن أن نجد أكثر من وظيفة لللبس في المجتمع الواحد أو تتفاوت الوظائف من نمط مجتمعي إلى نمط مجتمعي آخر ، بناء عليه تختلف الدلالات الاجتماعية والثقافية من مجتمع إلى مجتمع آخر ، بل داخل المجتمع الواحد خاصة المجتمعات التي تحتوي على جماعات هامشية متعددة قائمة من بينات متميزة ثقافياً وحضارياً وإجتماعياً .

كما نجد أن وظائف الزينة - كسمة ثقافية مادية - تختلف دلالتها الاجتماعية والثقافية من نمط مجتمعي إلى نمط مجتمعي آخر ، فقد تعتمد بعض المجتمعات على المواد التقليدية في التزين وقد تعتمد مجتمعات أخرى على المستحضرات الكيماوية ، وقد تجمع بعض المجتمعات على نوعي تلك المواد وذلك في حالة تعدد الجماعات الهامشية بين النماذج التقليدية والنماذج الحضرية من تلك المجتمعات ، وقد تجد مجتمعات أن الطبيعة الإنسانية البسيطة والعادية فيها أسمى معاني الجمال ولاستخدام مثل هذه المجتمعات وخصوصاً البدوية غير الكحل والحنة أو الوشم فقط .

أقصد مما سبق أن طبيعة الثقافة أساساً فيها تمايز ، وأولا هذا التباين في طبيعة الثقافة والتنوع في الاستجابات لما وجدنا إختلافاً بين المجتمعات الإنسانية ، صحيح أن المجتمعات الإنسانية من الممكن أن تتلاقى في عناصر معينة نسميها عوميات الثقافة مثل الدول العربية ، ونجدها تلتقي في عناصر مشتركة أو عناصر عامة للثقافة ، كالنطق باللغة العربية مثلاً إلا أننا نجد أن هناك خصوصيات للثقافة التونسية أو المغربية وخصوصيات للثقافة المصرية . هذه الخصوصيات تميز في كل ثقافة عن الأخرى عن الثقافات السابقة في كل ما يتعلق بالعادات الغذائية وعادات اللبس والزينة بالرغم من إنتمائها لمنطقة ثقافية واحدة .

بل من الممكن أن نجد جماعات منظمة بطريقة فيها شيء من التساندد والتكامل داخل المجتمع الواحد تتمايز بعد ذلك فيما نطلق عليه الثقافة الفرعية وقد تلتقي تلك الجماعات بثقافتها الفرعية في عناصر عامة تعبر عن الثقافة الأم للمجتمع ككل ، يبقى فيه شيء من التمايز سواء بين المجتمعات التي تلتقي مع بعضها البعض في عناصر عامة وهذا التمايز هو الذي يعطى شيء من الخصوصية لكل ثقافة عن الثقافات الهامشية الأخرى فقد نجد اتجاهات متباينة نحو العلاقات الاجتماعية مثل وضع ومركز الرجل والمرأة مثلاً

فى الأنماط المجتمعية المختلفة ، تختلف فى أنماط المجتمع البدوى عن المجتمع الريفى عن المجتمع الحضرى نجد عادات إحترام الكبار ، علاقات المزارح ، العلاقات بين الطبقات العمرية بعضها البعض تختلف من نمط مجتمعى إلى نمط مجتمعى آخر ، نجد عادات الزواج تختلف فى الأخرى من ثقافة فرعية إلى أخرى أو بين المجتمعات المحلية الصغيرة داخل المجتمع الواحد على الرغم من أن كل هؤلاء الناس ينتمون إلى مجتمع واحد فى النهاية هذا من ناحية ، كما أن الأنماط السلوكية للناس جميعاً برغم إنتمائهم وتمايزاتهم العرقية والسلالية فإنهم ينتمون جميعاً إلى نوع واحد الذى هو نوع الإنسان هذا من الناحية الأخرى .

إلا أن هذا التمايز والتباين يحدث فى طريقة التعبير عن الأفعال السلوكية فى طريقة ، الاستجابات فى طريقة التفاعل فى ظروف العلاقات وإقامتها بين الناس بعضهم البعض وبين أفراد المجتمع الواحد أو المجتمعات الأخرى وعلى هذه العمليات وتباينها تعد عوامل هامة للجذب السياحى .

فضلاً على ذلك فإن مثل هذه الأمور تعطى لنا رؤية شاملة عندما نخطط للتنمية السياحية ، حيث يجب مراعاة هذا التنوع والتباين والتمايز والتفرد فى أنماط السلوك للسائح الفرنسى أو للشخص الفرنسى أو الإنسان الإنجليزى أو الإنسان الإفريقى ، الإنسان العمانى أو السائح الأمريكى . وهنا يلعب الأثنوبولوجى دوراً كبيراً فى تحديد أنماط سلوكية خاصة لكل سائح من كل جنسية فى ضوء أنه يستطيع أن يلمح المحيط الثقافى الذى جاء منه السائح ، هذا فضلاً عن أنه يقدر على فهم استجابات السائح ، كما يقدر أن يتعرف على مقومات الشخصية الفرنسية والتي تختلف عن مقومات الشخصية الإنجليزى ، بالتأكيد نجد أن الإنجليز يلتفتون فى بعض السمات العامة التى تعطى لنا ضوءاً واضحاً حول أبعاد تلك الشخصية ، فمعرفة معالم وأبعاد وملامح الشخصية القومية للإنسان فى البلد القادم منها السائح لها دوراً كبيراً جداً فى النهوض السياحى ، بالقطع فيه تفاوت بين الأشخاص بعضهم البعض داخل المجتمع الواحد ، ولكن فيه إلتقاء نحو الاتجاهات العامة والمطالب والحاجات العامة للمجتمع ، وهو ما سبق أن تحدثنا عنه فى عموميات الثقافة . لذا فالسائح عندما يقم إلى البلد المضيف فإنه يعبر فى الغالبية عن عموميات الثقافة أكثر من خصوصيات الثقافة للجماعة المحلية التى ينتمى إليها .

ما يهمنا فى هذا الصدد عملياً هو توضيح مثل هذه المعلومات لبلورتها فى فهم أنماط سلوكية محددة قدر المستطاع للسائح فى كل نمط مجتمعى على حدة ، وإذا حدث شيء من الاختلاف والتمايز أو التباين يكون فى حدود بسيطة ، وبناء عليه نستطيع أن نخطط أو تحدث شيء من التنمية السياحية الفعلية القائمة على أنماط السلوك للبلد الجانِب للسياحة (المضيف) والبلد الذى يصدر السائحين .

ويبقى هنا دور وسائل الإعلام أو دور المجلات أو الجرائد ودور التلفزيون فى التعريف ببعض نماذج أو مقومات الشخصية للسائح فى كل نمط مجتمعى أو فى كل بلد وأستطيع القول أن البرنامج التليفزيونى

خمسـة سياحة ، جولة الكاميرا . برامج ناجحة إلى حدٍ معين خاصة في إمدادنا بالمعلومات الوصفية وسرد الحقائق التاريخية عن الآثار والأماكن والمناطق السياحية . ويمكن القول أنه بتطوير هذه البرنامج ودعمها بمختصين في مختلف الأبعاد التي يهتم بها النشاط السياحي سنجـد كمثل هذا البرنامج أو برامج مماثلة بعد الرؤية التحليلية والعوامل المؤثرة وأسباب إقامة وتطوير وإزدهار مثل هذه المناطق الأثرية أو الآثار ذاتها ونبذة عن أقالـم وشيـء مثل هذه الآثار مع إطالة مدة هذه البرامج ، فستـخدم كثيراً في الإرتقاء بما يمكن تسميته التربية السياحية كخطوة أساسية في زيادة الوعي السياحي في البلد المضيف .

واعتقد أن ما يؤكد ذلك ندوة سول الأولمبية في كوريا ، وتعتبر كوريا من البلاد النامية ، خير نموذج ناجح لعملية الجذب السياحي من خلال تلك الدورة (السياحة الرياضية) فمن خلال متابعة الدورة نعرف إلى أي حد استطاعت إستغلال الطبقات العمرية المختلفة . أطفال ، صبيان ، شباب ، رجال ، شيوخ ، بنات ، نساء ، الجميع في كوريا اشترك وعبر بالتراث الشعبي وبالأغاني بالفلكلورية وبالترحاب وبصورة تجسد ثقافة الشعب وصدق مشاعره والتعبير بكل الأحاسيس والنبضات الصادقة عن تراث بلده بغية الظهور بالمستوى اللائق لبلد نام له عادات وتقاليد وإرتقاء الأنماط السلوكية لهذا الشعب هذا أولاً ، ثم جاء العنصر التجاري بعد ذلك أو عنصر التسويق السياحي من خلال تقديم الخدمات للذين قَبِلوا لمشاهدة الدورة أو الذين اشتركوا في الدورة .

والذي يهمنا هنا هو أن المكسب الكيفي كان كبيراً من خلال التعبير عن العادات والتقاليد وعن الأسلوب الحضاري والنظافة والتربية البيئية ، كل هذه الأمور أحدثت نوعاً إعلامياً على جانب كبير من الأهمية في جعل كوريا تكسب أكثر بكثير من ملايين الجنيتهات التي دخلت خزانتها نظير الخدمات السياحية التي قدمت للزائرين أي نظير حالة الرواج السياحي المؤقت ، ولكن جعلت الناس في كل مكان والهيئات من خلال مشاهداتهم للدورة ومتابعة هذا التراث الكبير والاحتفالات وحتى الذين كانوا يرونها كدورة رياضية فقط أن يتعرفوا على جمال الطبيعة ، جمال التنسيق ، الإبداع الإنساني المتمثل في إبداع الصغار والكبار ، هنا نجد المحاكاة والتقليد بين جيل الصغار وجيل الكبار ، بل بين أجيال الصغار بعضهم البعض حيث أن نماذج الأطفال في كل مكان خلال الدورة والتي اشتركت في الإحتفالات بتقديم كافة العروض كانت نموذجاً للمحاكاة والتقليد من جانب كل أطفال كوريا ، بل وإنبهار أطفال العالم جميعاً بهذا الإبداع الفنى والسلوكي وهذا سيزيد من حب الإبداع والإبتكار وحب الأجيال بعضها البعض .

ولقد كانت أن فكرة «مهرجان الزواج الدولي» التي أقامتها شركة سياحية والتي أشرف عليها الشاب الطبيب صاحب الشركة ، أقامها في قريته ، ولا أذكر بالضبط إسم القرية ، كانت فكرة طيبة في الدعوة للسياحة من مختلف بقاع العالم لمشاهدة كيفية ممارسة الإحتفال بالزواج في البيئة القروية مثلاً .

وعلى الرغم من أن الفكرة في حد ذاتها كانت فكرة إقتصادية في المجال الأول ، حيث أن هذا الشاب رجل أعمال وصاحب شركة أو مكتب خدمة سياحية ، فيريد أن يحقق ربحاً مالياً للشركة أولاً ، ثم مكسب إعلامي للشركة من الناحية الثانية ، ولقد كان ذكياً عندما إختار عنصر من عناصر التراث الشعبي وهي مراسم الإحتفال بالزواج ، وكيف أن مراسم الإحتفال بالزواج تختلف من نمط مجتمعي إلى نمط آخر وتوضيح إختلاف هذه المراسم والمعدات التي تمارس والأنماط السلوكية المختلفة ، مثل كيفية الإحتفال بالمعروس وتجهيزها للنحلة ، كيفية زفافها ، كيفية إعداد الأطعمة وأنواعها ، كيفية تقديم الأطعمة ، من المشاركين في إعدادها وتقديمها ، من الذي يحيط بها في فترة الإحتفال ، من الذي يقوم بخدمتها في الأسبوع الأول من زواجها ، مثل هذه الأمور هل يتم ما يمثيها في منزل العريس وتبين تفصيل ذلك .

وأعتقد أن هذه الأنماط لو كان كُتِبَ عنها في كتب صغيرة بها معلومات أخرى عن كيفية إتمام الفطلة ، من الذي يشترك في إتمام الخطبة ، من الذين يذهبون لشراء الشبكة ، ماهية المهر ، هل المهر مرتبط بالشبكة ، أم كل منهما منفصل عن الآخر ، من يطلع المهر ، كيفية دفع المهر ، من المشاركين في دفع المهر ، هل العريس أم أبوه أم أقاربه المقربين ، هل هناك ثمة احتفالات أو طقوس تُقام عند تقديم الشبكة والمهر ... إلخ .

مما هو جدير بالذكر أن هذه النقاط السالفة ، بل ومزيد عن تفاصيلها لا تجد من يتجاسر ويفوض فيها غير الأنثروبولوجي فهو الذي يستطيع أن يوضح ماهية الإختلافات بين تلك الممارسات في الأنماط المجتمعية المختلفة ، فإذا كانت الفكرة تمت في قرية نفوس الفكرة من الممكن أن تتم بصفة دورية في أماكن مثل القرى السياحية التي تقام في الصحراء الغربية ، بل أن عناصر التراث الشعبي المصري وما يتضمنه من العادات والتقاليد والفنون الشعبية التي من الممكن أن يتم تمثيلها في مشاهد تمثيلية عبر حلقات السمر أمام السائحين .

وهذا بالتأكيد يكون له أثره الكبير في دعم الناحية الاقتصادية للبلد المضيف نتيجة تدفق السائحين وبالتالي زيادة العملة الصعبة التي تدخل خزائن تلك البلد ، وما يهمننا ككثرتروبولوجيين بالإضافة إلى ذلك هو نقل التراث الثقافي أي نقل عناصر الثقافة عن طريق عمليات الاتصال الثقافي بالعرب المتمثلة في عمليات نقل هؤلاء السائحين لعناصر التراث ، حيث أن السائحين في رحلة العودة يقصون على زملائهم ورفاقهم وأبنائهم في رحلة العودة عن عناصر التراث الشعبي في مصر وإختلاف عناصر الثقافة (العادات والتقاليد والعرف .... إلخ) بين الجماعات الهامشية أو الثقافات الفرعية في كل نمط مجتمعي داخل مصر .

وما يؤكد أهمية العوامل الثقافية في عملية الرواج السياحي ، ما حدث من عرض أوبرا عابدة ، فبهذا الحدث الإعلامي الكبير ، وكيفية خلق المناخ التاريخي والبيئي الذي تم فيه عرض هذه الأوبرا محاكاة للتاريخ الماضي . كان هذا له دلالة كبيرة على مدى أهمية خلق المناخ النفسي والبيئي والثقافي الذي تمت

فيه مثل هذه المشاهدة منذ القدم ، وكيف أن السائحين والزوار أتوا إلى مصر من جميع أنحاء العالم لمشاهدة أوبرا عايدة في موقعها التاريخي بالرغم من أنهم يعرفون جيداً أن هذه مجرد مشاهدة تمثيلية من خلال الأوبرا ، ولكن شغفاً وولعاً بالتراث الثقافي التاريخي القديم بصفة خاصة .

#### ثانياً : الصناعات التقليدية واستغلال موارد البيئة المحلية

تبرز أهمية الصناعات التقليدية ويساطتها في أنها تعتمد على موارد البيئة المحلية والمواد الخام المتوفرة في نفس المجتمع المحلي ، وبالتالي فهي توفر موارد نقدية خصوصاً العملة الصعبة عند شرائها هذا من ناحية ، ثم أن هذه الصناعات تعتمد على أبناء المجتمع المحلي في الآن عينه ممن تدربوا على هذه الحرفة اليدوية وأتقنوها عن طريق الأجيال الكبرى هذا من الناحية الثانية ، ثم أن هذه السلع تكون تكلفتها بسيطة وعائدها الريحي مجزئ ، وبناء عليه فإن دخول الأسر القائمة على صناعتها ترتفع تدريجياً وتبعاً لزيادة إنتاجها المتميز الذي يدل على الأصالة والإبداع والتقاليد والتواصل مع البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية الموجودة بالمجتمع ، وإذا فإن هذه الصناعات التقليدية لها دور هام في تنمية المجتمع المحلي لاستغلالها الموارد البيئية المتاحة وعدم إهدار تلك الموارد ، ثم استغلال عنصر الموارد البشرية من كل الأعمار المتوفرة في المجتمع المحلي .

#### ثالثاً : كيفية تدريب وتعليم النشء على الصناعات التقليدية

ما لاشك فيه أن الانسان لديه قدرة لا حدود لها على التعلم والاستجابة السريعة والتوافق مع البيئة المحيطة ، أي أن الفرد من يوم مولده مزود ببعض الإمكانيات لاكتساب الثقافة ، وهذا يعني أيضاً أن الثقافة عملية مكتسبة ، إلا أن الفرد لا يولد بطبيعة الحال مزوداً بإمكانيات التكيف مع ثقافة معينة مثل الثقافة التي من الممكن أن يتعاش معها ، حيث أن في كل مجتمع يوجد أكثر من ثقافة (الثقافات الفرعية) والشخص لا بد أن يتكيف مع الثقافات المحيطة به مع تعددها وتمايزها ومع العلاقات الاجتماعية للأفراد الذين يدخل معهم في علاقات إجتماعية وقد ينتمون لثقافة مغايرة لثقافته .

هنا نجد مسألة أنثروبولوجية على جانب كبير من الأهمية تطرح نفسها ألا وهي الطرق التي من خلالها الفرد يكتسب الثقافة ويكتسب القدرة على التكيف مع متطلبات أي كيف يصبح الإنسان إنساناً ؟ ما هي الطرق التي يتعلم من خلالها الثقافة بشقيها المادي وغير المادي ويكتسب القدرة على التكيف مع متطلباتها ، هنا يعيش كإنسان يدخل في علاقات يتفاعل ويتواصل فينتقل من مكان إلى مكان آخر يحمل التراث الذي يعبر عن ثقافته (العادات والتقاليد والفنون الشعبية ، الصناعات التقليدية ... إلخ) والذي يستطيع من خلاله كإنسان حامل للثقافة أن يتكيف مع الثقافات الأخرى ، هنا التعليم يتم عن طريق التقليد والمحاكاة أو عن طريق التعليم المقصود أو الهادف والتعليم غير المقصود (التنشئة الاجتماعية) أو كما نسميه في الأنثروبولوجيا التربية الرسمية والتربية غير الرسمية .



مما سبق يتضح أن عملية التعليم مستمرة خلال مراحل حياة الإنسان ، وهذا يعنى أن الإنسان يظل يتعلم طيلة حياته ، فقدّر المعلومات التى يتعلمها الصغير والخبرات التى يكتسبها تتراكم طوال مراحل نموه ، وهى إذ تختلف فى كل مرحلة عمرية عن الأخرى من حيث الكم والكيف ، فتختلف نوعية ومقدار المعلومات التى تلقن للكبار عن تلك التى تلقن للصغار ، حيث أن الكبار يلقنوا الصغار جيلاً بعد جيل ، وهذا يعنى أن عملية التلقين عبر الأجيال فى استمرارية ، كما يستطيع الكبير أن يكتسب من البيئة ما يتوافق مع الدور الاجتماعى الجديد الذى يلعبه نتيجة تقدمه فى العمر .

وبناء عليه يختلف الدور الذى يؤديه الأطفال من الجنسين عن النساء ، عن الرجال . وكذلك المسنين فى نماذج تلك الصناعات التقليدية . وكذلك الفنون الشعبية ، حيث تلعب المعايير الذاتية (الجنس - العمر والطبقة) ، ثم المعايير الموضوعية (الخبرة - الكفاءة - التدريب) دوراً هاماً فى توزيع الأنوار المناسبة لكل فرد فى تلك الصناعات حسب تلك المعايير سالف الذكر .

ومن الطبيعى أن تتخصص عائلات بأكملها فى صناعة نوع معين من الصناعات التقليدية وتشتهر بذلك ، ويتربى النشء على إتقان تلك الفنون والصناعات أجيالاً عبر أجيال ، فتتخصص عائلات الزعيرات فى صناعة العصير ، وبعض عائلات من بسيون بصناعة الأھنية المطرزة ، وتتخصص كثير من عائلات الحرائية فى صناعة السجاد والأكلمة التى تعبر عن البيئة الطبيعية والمهنية والاجتماعية التى تحيا خلالها تلك القرية ..... إلخ .

كما نجد بالإضافة إلى التعليم غير الرسمى عبر عمليات التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة فى التدريب على تلك الصناعات التقليدية للحفاظ على التراث الشعبى توجد بعض المعاهد المتواجدة فى المدن التى بها مقومات سياحية ، فنجد على سبيل المثال لا الحصر معهد الحرف الأثرية لمدينة رشيد (١) .

ويعمل بمعهد الحرف الأثرية عدداً من النجارين الكبار بالإضافة إلى مجموعة من الصبية الصغار لتدريبهم على يد أصحاب الخبرات حتى يصبحوا بعد مرور عدة سنوات نجارين محترفين فى ترميم القطع الخشبية المعرضة للتلف فى المنازل الأثرية والمساجد ، كما يقومون بصنع أبواب وشبابيك مماثلة لتلك التى يقومون بترميمها عند تحلّو عملية الترميم نتيجة تحلل معظم أجزاء العناصر الخشبية عن طريق الفطريات والنمل الأبيض والبكتريا .

وينضم إلى هؤلاء طلبة المدارس والكلية وأصبحت الآن قاصرة على أبناء وشيد بعد أن كان ينضم فى الماضى طلبة من جميع أنحاء مصر كمعسكر للإشتراك فى أعمال الترميمات ونقل مخلفات الترميم والنظافة ، وكان العمل مشتركاً بين مجلس المدينة وهيئة الآثار ، وكانوا ينامون بالمدارس ، ولكن الآن

يقتصر العمل على أبناء رشيد .

كما تم عمل بيت الهدايا واستراحة الزوار عن طريق تجهيز الدور الأرضي ، منزل عرب (متحف رشيد) لاستخدامه كبيت للهدايا مع تزويده بنماذج مستنسخة من أصول ثابتة من منتجات معهد الحرف الأثرية كإعمال النجارة الحربية ، الجص والزجاج المعشق ، والمشغولات النحاسية والصدف ، وتم تجهيز إحدى القاعات الكبيرة بالدور الأرضي بمنزل الأمصلي بالأثاث والمفروشات على الطراز القديم الذي يتناسب مع طبيعة وطراز الأثر وذلك لاستخدامه كاستراحة للزوار .

مثل هذه الجهود نجد مثيلها في محافظة مطروح وفي سيناء والفيوم عن طريق المتاحف التي تقام في تلك المحافظات المحافظة على التراث الشعبي حيث يعرض في هذه المتاحف المنتجات الشعبية والحلى الشعبية والأزياء الشعبية والمنتجات المطرزة بالخز والأكمة اليدوية وأشغال الإبر وكافة المنتجات التقليدية التي تشتهر بها كل محافظة والتي تكون مصدر هام للجذب السياحي باستخدام موارد البيئة المحلية .

رابعا: الأنواع المختلفة للصناعات التقليدية في مصر وبلدان حوض البحر الأبيض المتوسط

مما لا شك فيه أن تعدد الثقافات الفرعية في مصر كان له أثراً بالغ الأهمية في تعدد وتنوع الصناعات التقليدية في مختلف المناطق التي بها جذباً سياحياً في مصر تبعاً للسياح الاجتماعى والثقافى لنمط المجتمع المحلى ، فالمنتجات النحاسية والفضية الأصلية والمقلدة في خان الخليلي ، بالإضافة إلى المنتجات الجلدية أصبحت تتميز بها دون كثير من المناطق في ج . م . ع .

كما نجد أن الصناعات التقليدية كالأكمة والحمول والسجاد وصناعة العجو ، التي تنتشر في منطقة سيوة ومطروح تختلف إختلافاً بيناً عن تلك الصناعات التقليدية التي تصنع في منطقة سيناء تبعاً لاختلاف الخصوصيات الثقافية لتلك الأنماط المجتمعية المحلية .

وتوجد بقرية الحرائية بالحيزة صناعات تقليدية متميزة من فن النسيج والسجاد من الصوف والقطن باستخدام الأنوال البسيطة المنتشرة بالمنزل ، وكذلك الرسم البانيك وصناعة التماثيل والتحف والأواني الفخارية والمنتجات الخزفية .

وتعد هذه الفنون نتاج طبيعي لإبداع النشء في تلك القرية المصرية وعلاقاتهم بالأيام الحياتية لقريتهم وتعبيرهم عن البيئة والطبيعة والخصوصية الثقافية للقرية ، فضلاً عن أنها نتاج طبيعي لما يتعلمه الأطفال والصبية والشباب عن طريق الكبار داخل «بيت الفن» الذي يدرّب ويعلم الطفل كما ينمى خياله ، ويتعلم تعلم الحرف المختلفة فيه وإطلاق الصناعة لأفكار الطفل واستخدام موارد البيئة المتاحة .

وجدير بالذكر أن إنتاج قرية الحرائية عُرِض في معارض عالمية في مختلف بلدان العالم ووجد صدق طيب لأنه يعيد عن التقليد ويدل على الأصالة سواء السجاد أو الواجهات الصوفية المعلقة لأنها تعبر

عن حياة الرّومي والزراعة والصيد بالإضافة إلى الألعاب الشعبية ومظاهر الاحتفالات الشعبية لقرية الحرائية (١).

وفيما يلي أهم أنواع الصناعات التقليدية بمدينة النعيم والقرى المحيطة بها حيث تتنوع وتختلف تلك الصناعات من قرية لأخرى .

القرية التي تقوم بإنتاجها	الصناعات التقليدية
<ul style="list-style-type: none"> <li>- المجمعين .</li> <li>- المجمعين وطيهار .</li> <li>- الأعلام ، الكعابي الجديدة .</li> <li>- جرفس .</li> <li>- بيهو .</li> <li>- فيدمين ، طيهار ، الحاذقة</li> <li>- إيشواي ، سنورس ، الحاذقة ، طيهار ، هواة المقطع ، الفرق .</li> <li>- سنياط ، دسيا ، فيدمين .</li> <li>- أبو جندير ، قصر الباسل ، معجون .</li> <li>- جرفس ، مركز التدريب المهني بمغيا الحيط ، أبو جندير .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>١ - منتجات النخيل : <ul style="list-style-type: none"> <li>* الأقفاس ، الحصير .</li> <li>* الحبال ، المقاطف ، الأقفاس .</li> <li>* السلال والأطباق من سباط النخيل والخصم الخام ، الحصير .</li> <li>* الدويار .</li> <li>* البرانيط ، الليف ، تجفيف البليج .</li> </ul> </li> <li>٢ - التطريز والأشغال اليدوية : <ul style="list-style-type: none"> <li>* صناعة الخزف .</li> <li>* المناديل والطرح .</li> </ul> </li> <li>٣ - صناعة الطواقس وغطاء الرأس (تتمتع هذه الصناعة على صوف القنم وفور الجمال .</li> <li>٤ - وير الجمال ومنتجاته (أغلى من منتجات صوف الأغنام) : <ul style="list-style-type: none"> <li>* الأحرمة والعباءات والشال .</li> <li>* السجاد والأكفمة .</li> </ul> </li> </ul>

(١) أنظر مزيد من التفاصيل :

مجلة الكويت - العدد ٩٨ ، إبريل ١٩٩٣ ، ص ١٢ - ١٩

(٢) هالة عبد الرحمن الرفاعي . التقنيات الاجتماعية والثقافة للسياحة في المجتمع الحديث ، وكالة أبنا للنشر ، ١٩٩٢ ص ٢٧٠ -

نماذج للصناعات التقليدية في تونس، الجزائر، والمغرب كنول حوض البحر الأبيض المتوسط .

نجد في المغرب أشغال الإبرة والتطريز والعباءات الحريرى المطرزة التى لها غطاء رأس ، وهذا الغطاء تمتاز به معظم دول المغرب العربى (تونس - الجزائر - المغرب) ماعدا ليبيا ، وتشتهر المغرب كذلك بالصناعات الجلدية خصوصاً الأحذية الجلدية والجاكيت الجلد المميز .

كما نجد في تونس بعض الصناعات التقليدية مثل العباية المطرزة ، وأشغال الإبرة ، بالإضافة إلى السجاد والصناعات التقليدية للملابس كالحرير الطبيعى والسيرما وهى غالية الثمن ، إلا أن هناك أنواعاً مقلدة لحدودى الدخل من السائحين بحيث نجد كل سائح يستطيع أن يحصل على سلعة تذكارية تتناسب مع دخله .

ونجد في ليبيا العباية ، والجرد ، والأكمة ، والسجاد ، والشنة المصنوعة من الصوف الحمراء اللون ، ومنها الأسود اللون ، وهناك الجرد الحريرى الذى ترتديه المرأة فوق ملابسها العادية حتى لا يراها أحد .

كما توجد السلالم والخوص والأرائى الفخارية وكل هذه الصناعات تعتمد على موارد البيئة المحلية .

ونجد أن هناك من الأكلات الشعبية التى تشتهر بها دول المغرب العربى والتى تقدم للزوار كمظهر من مظاهر الاحتفال بالضيوف ، فنجد في ليبيا العصيدة - الكسكسى - الزميطة ، وتشتهر مدينة (زوار) بعمل الكسكسى بالأسماك بالترابها ، ونجد المغرب تمتاز بطبق الأرز بالفراخ والقراصيا الحورية (نوع من الحساء المغربى الشهير) ، بينما نجد الجزائر تشتهر بالكسكسى ومختلف العجائن بالمكسرات ، وتشتهر تونس بالأسماك والأرز ، فى حين نجد مصر تشتهر بالملوخية بالأرانب ، والمحشيات بجميع أنواعها ، وأم على ولقمة القاضى ، والفول والطعمية ، واللحوم المشوية . وتعرض هذه المأكولات الشعبية فى المعارض النواية كسوق برلين السياحى من أجل جذب السائحين إلى مصر .

خامساً: المقومات والتحديات التى تواجه الصناعات التقليدية

لقد كان توفر موارد البيئة المحلية التى تقوم عليها الصناعات التقليدية من أهم المقومات التى تعتمد عليها تلك الصناعات وتؤثرها العوامل الصعبة عكس بعض الصناعات التى تعتمد على الخامات المستوردة ، ثم أن وجود بعض الحرفيين والفنيين والصبية سواء داخل الأسر أو فى المحال التى تقوم بصناعة تلك المنتجات له أثر كبير فى دعم تلك الصناعات وتنشيطها ، كما نجد أن حب الهوية وحب الفنون والإبداع لم يرقم على هذه الصناعات من الصغار والكبار يعد من العوامل الهامة فى دعم تلك الصناعات ، كما أن هذه المنتجات تعد دعوة لإذكاء روح الإنتماء الوطنى ورفع وعى المواطن بالتعبير عن الجوانب الأصيلة والثرية فى ثقافته ودعوة لتشجيع المنتجات الشعبية داخل الأسر فى مختلف المدن

المضيفة لرفع دخولها ورفع مستوى معيشتها .

وتمثل المعوقات التي تواجه تلك الصناعات في عزوف بعض النشء في الأمر المتخصصة في تلك الصناعات عن العمل فيمثل هذه الفنون الشعبية هذا من ناحية ، عدم مقدرة بعض القائمين على هذه الصناعات على تسويق منتجات إلا للوسطاء والمحال المتخصصة نظير مبالغ بسيطة في حين يكسب فيها الوسطاء وأصحاب المحال التجارية مبالغ مرتفعة ، وتعد عملية العش التجاري للصناعات التقليدية المقلدة أو غير الأصلية خصوصاً منتجات خان الخليلي أو المشغولات اليدوية التي توجد عليها (مصنوعة باليد وهي غير ذلك) ، وهذه تبايع بأسعار تنافس المنتجات الأصلية .

سادساً : دور الصناعات التقليدية في الجذب السياحي

يذهب ماكملان إلى أن بناء الجذب السياحي ينقسم إلى ثلاث عناصر هي : السائح ، والمناظر ، والتسويق والعلاقة بين تلك العناصر مجتمعة ، ويتضح دور التسويق في بناء الجذب السياحي على حد قوله من أشكال مختلفة منها : كتب الإرشاد والسياحي ، وعروض الترحيل على الجليد ، المحاضرات المصورة عن الرحلات ، والهدايا التذكارية من مختلف الأنواع .

ويستخدم التسويق من خلال المناظر التي تشجع على الجذب السياحي مثل بطاقات الأماكن الأثرية ، غطاء الرأس للنبل ، الحالة الاجتماعية للأقطار المختلفة ، ويصعب تحديد ما يمكن أن يجذب السائح ويحدد السائحون المناظر التي يشاهدونها وأن مشكلتهم الوحيدة أن يشاهدوا كل المناظر ولكن في بعض الحالات لا يوجد نهاية للأشياء التي ترى .

ولقد تحدث ماكملان عن رأى السائح في المواقع الأثرية وعن الشماعن وبرامج الاحتفالات في المواقع المختلفة ، وأعطى مثلاً لمدينة محددة وهي باريس حيث يقول إذا ذهبت إلى باريس يجب أن تذهب إلى متحف اللوفر وتشاهد الموناليزا (١) ، ويقصد هنا الحديث عن رغبة السائح في مشاهدة الأماكن والمزارات الأثرية التي تشتهر بها كل بلد عن البلدان الأخرى .

ونجد أن الإهتمام بالمنتجات الشعبية سواء السلع الشعبية كالملايس والسجاد والأكلمة والمقاعد الخشبية والاكسسوار الشعبي ومنتجات خان الخليلي ومنتجات الفخار وكافة المنتجات الأثرية الأخرى التي يشتريها السائح من أسوان والأقصر والفيوم والإسكندرية ومطروح ... إلخ ، هذا المنتجات التي لها أثر كبير في التعريف بالحضارة المصرية القديمة ، كما أنها تعبر عن التراث الشعبي الحالي خصوصاً وأن السائحين عندما يعولون إلى بلادهم يأخذون هذه المنتجات الشعبية إلى بلادهم سواء أكانت كهدايا

(1) See :

1 - Dean, Maccanelli, Tourist, A new theory of the classes, The university of Chicago, 1973, pp 39 - 41.

ومزية للأهل والأصدقاء أو حتى للبيع وهذه مسألة هامة فى أنماط التبادل بين السائح وبين المضيفين أو بين السائح عندما يعود إلى بلده ، كما أن المنتجات الشعبية بالإضافة إلى أنها تعبر عن التراث الشعبى وعن العادات والتقاليد ، فإنها تعرف السائح بالصناعات التقليدية والمحلية والشعبية السائدة فى بعض المجتمعات المحلية ، حيث أنها تلعب دوراً كبيراً فى تنمية المجتمع المحلى بالإضافة إلى جذب السائحين وتعريفهم بترائثنا وحضارتنا وثقافتنا فإنها عبارة عن إدارة هامة فى عملية الاتصال الثقافى بين السائح وبين الثقافة التى كانت ساعدة فى تلك المناطق واستمراراً لهذا التراث وإن كان قد قل فى عمليات الكم ، إلا أنه إستمراراً للتراث الشعبى ، وبناء عليه نجد أن الصناعات التقليدية لها دوراً كبيراً فى القضاء على البطالة على أساس إمتصاصها لجزء من الطاقة البشرية التى تعمل فى مثل هذه المنتجات ، وتنمية الهوايات والإبتكار والإبداع والعمل على تواصل واستمرار إبداع الأجيال عن طريق تلقين أجيال الكبار للصغار فن صناعة هذه المنتجات الأصلية تبعاً عبر التنشئة الاجتماعية والتنشئة الثقافية وإكسابهم تلك المهارات المتوارثة جيلاً بعد جيل هذا من ناحية .

كما نجد من الناحية الأخرى أن هذه المنتجات التى تباع للسائحين القادمين إلى مصر تكتفى مستهلكة بالعملة الصعبة ، تلك العملات التى تستبدل الفالبية العظمى منها عبر القنوات الرسمية كما سبق القول ، فإن بيع هذه المنتجات على هذا النحو سيؤثر بدوره على دخل الفئات التى تعمل فى صناعة تلك المنتجات المحلية أو البيئية وانتعاش الحركة التجارية فى المحلات التى تباع تلك المنتجات ، وهذا إذا كان يؤثر على دخل تلك المحال أو المؤسسات القائمة بحركة الوصل بين الصانع والسائح فإنها ستؤثر على الدخل القومى وبالتالى التنمية الشاملة فى النهاية .

كما نجد عمليات الناحية المعمارية الممثلة فى طريقة إقامة المباني ورسومها وتزيينها ، سواء كانت تقليدية أم حديثة فى البلد المضيف لها أثرها على الرواج السياحى ، حيث أن إقامة المباني على الطراز القديم والذى تعرض عليه بعض البلدان السياحية محافظة منها على هذا الطراز التقليدى ، وكذلك لجذب السائح نحو أنماط من الفن المعماري غير مالوفة من ناحية أخرى ، مثل طبيعة المباني القديمة المقامة فى رشيد والى أقيمت فى معظمها على نمط البيوت الأثرية والمزارات الأثرية ، هذا يدل على أن أبناء رشيد قد حاكوا واقتبسوا من المباني الأثرية وظلت المحاكاة عبر الأجيال ، وتدل من ناحية أخرى على التميز والفرد بهذا النمط المعماري فى معطمه والذى يعطى المجتمع تميزاً معمارياً عن المجتمعات المحلية الأخرى وهذا له أثره الواضح فى جذب السائح حيث أن السائح قادم من بلدان وحضارات قد أخذت بأحدث الأساليب التكنولوجية فى تشييد المباني الشاهقة والفاخرة والمقامة على أحدث الطرز المعمارية التى تحاكي طبيعة هذا العصر ، لذا فهو محتاج إلى لون غير مالوف له من الفن المعماري ، لذا يجذب الطراز القديم أو التقليدى أكثر ، ولهذا وجدت القرى السياحية إقبالاً من السائحين العرب لأنها نمط غير مالوف

بالنسبة لهم . كما أن إقامة المبانى بطريقة حديثة لها أثر فى أنها تعرف السائح بمدى إرتقاء أو أخذ البلد المضيف بكافة الإمكانيات التكنولوجية فى هذا البلد ، ويمدى تطور هذا البلد وقوة الاقتصاد القومى فيه ويمدى إرتقاء الخدمات السياحية ، ومدى تنوعها ، كل هذه العوامل يلعب فى تطبيقاتها الأثر والى دوراً بارزاً فى دراستها والتعرف على أبعادها والعوامل المؤثرة فيها على أساس أنه يرى إلى أى حد تكون المبانى التى تقام على الطراز التقليدى القديم ذات مغزى ثقافى واجتماعى ، له أثره الاقتصادى والاجتماعى والثقافى أكثر من المبانى الحديثة . وما هى العوامل المتعددة التى تجعل السائح يقبل على مثل هذه المبانى وعلى زيارتها أكثر من المبانى الحديثة .

بناء عليه تساعد الصناعات التقليدية على إبراز الخصوصيات الثقافية للثقافات الفرعية داخل نسيج المجتمع الواحد ، وهنا تبرز أحد عناصر التراث الشعبى لمختلف البيئات الثقافية ، ومن ثم كيفية عرض هذه النماذج من خلال الاحتفالات والأعياد والمناسبات القومية بغية إبراز الخصوصية الثقافية داخل السياق الكلى للثقافة فى المجتمع الواحد ، ومن ثم تمايزها أو تشابهها بصفة عامة مع النماذج الأخرى داخل المنطقة الثقافية الواحدة ، كما هو الحال فى المنطقة الثقافية لحوض البحر الأبيض المتوسط ، تعدد وتنوع الثقافات الفرعية من شأنه أن يقود إلى تنوع الصناعات التقليدية وإنتشارها ومن ثم تشابهها أو إختلافها بين النجوع والقرى والمدن نتيجة عمليات الاتصال الثقافى .

ونجد تشجيع الصناعات التقليدية وتدعيمها وتمييزها ورعاية القائمين عليها سيساعدنا على المحافظة على إستمرارية تلك الصناعات كسمات مادية للثقافة المصرية الأصيلة فى بيئاتها المجتمعية المتباينة ثقافياً عن طريق عمل الورش ومدارس تعليم الفنون اليدوية للأجيال الصغرى مثل «معهد الحرف اليدوية برشيد» حيث أن هذه الصناعات هى تجسيد حى للسمات المادية للثقافة فى فئتها الاجتماعية والثقافية خصوصاً وأن السائحون يقبلون على شراء مثل هذه المنتجات كتذكارات أو كهدايا لأصدقائهم أو نوريهم فى رحلة العودة ، لذا فإن هذه الصناعات تضيف للروايات والحكايات التى تخيلها السائح الرؤية الصية والتجسيد الواقعى للذكريات السعيدة التى عاشها ، وهم يتشوقون لرحلة العودة مع أصدقاء جدد ، وبناء عليه نجد من الأهمية بمكان توعية وتدعيم القائمين على تلك الصناعات بدورها الهام والمبهر فى زيادة دخولهم هذا من ناحية ، ثم إنعكاس ذلك على الدخل القومى نتيجة تدفق وجذب السائحين من الناحية الثانية .

سأبها : كيفية تسويق الصناعات التقليدية الأصيلة والمقلدة

وتختلف طرق وأساليب تسويق الصناعات التقليدية ، فقد تسوق فى الأسواق التى تقام فى المجتمعات المحلية أو أماكن المزارات السياحية أو بالقرب منها أو فى المحال التجارية المتخصصة فى بيع الأنتيكات والتحف أو فى المعارض المحلية والدولية .

وقد يلعب المرشد السياحي دور الوسيط المهني بين السائحين والمحال التجارية المتخصصة في بيع تلك المنتجات ويقتضى عمولته من أصحاب تلك المحال وبالطبع يدرك السائح تلك الأمور .

وتختلف أسعار المنتجات الشعبية الأصلية عن المقلدة ، فنجد أن أسعار المنتجات الأصلية يفوق المقلدة بنسبة كبيرة للغاية ويقبل السائحون خصوصاً القادمين على المنتجات الأصلية

وهناك عدة عوامل تؤثر على عملية تسويق المنتجات الشعبية نجمل أهمها في النقاط التالية :

١ - جنسية السائح ومستواه المادي .

٢ - دور الوسطاء المهنيين .

٣ - طريقة عرض المنتجات سواء في المحال المتخصصة أو مع الباعة المتجولين أو في الأسواق أو على مشارف المزارات السياحية .

٤ - اختلاف الأسعار في أماكن إنتاجها عن المحال التجارية ، فمثلاً تباع الأنتيكات والتحف في مناطق المزارات السياحية بالأقصر وأسوان عن طريق الصببية بأسعار أرخص بكثير عن المحال التجارية في أسوان أو القاهرة أو الاسكندرية .

٥ - حسب رغبة السائح وإقتناعه وإصراره على شراء منتج معين دون آخر .

أما عن تسويق المنتجات الشعبية في بعض دول حوض البحر الأبيض المتوسط ، كالمغرب وتونس والجزائر فعندما ينزل السائح إلى هذه الدول يقابله سائق التاكسي ونجد سائق التاكسي نفسه يعرض عليه جولة إلى الأسواق والمحال ، بل والمصانع التي تقوم بصناعة هذه المنتجات الشعبية وهذه الجولة للعلم مدفوعة الأجر من أصحاب المحال أو المصانع التي تباع مثل هذه المنتجات وليس السائح نفسه عكس الحال في مصر لأن السائق لا يقوم بدور الوسيط المهني إلا في أحوال قليلة .

كما نجد أن سياحة العوازل بالنسبة للموظفين ومحدودي الدخل في دول كتونس والمغرب والجزائر وانتشار الموتيكلات السياحية المنخفضة السعر والتي تناسب السائح المتجول تعمل على تشجيع هؤلاء السائحون لاقتناء تلك المنتجات الشعبية كتذكارات في رحلة العودة عكس الحال بالنسبة لكثير من دول حوض البحر الأبيض المتوسط مثل مصر وسوريا ولبنان التي تربط بين السياحة وبين أصحاب الدخول المرتفعة في أغلب الأحوال ، لذا نجد الاهتمام بالفنادق المميزة ذات النجوم المختلفة والأماكن التي يحدد فيها سعر الدخول للحفاظ على مستوى السائح الذي يجلس فيها ، مع انخفاض مستوى الخدمة الفندقية والخدمة والرغبة في الحصول على العمولة دون إرضاء الزبون والتباطؤ في تقديم الخدمة عكس الحال في دول المغرب العربي ماعدا ليبيا .



كما تجد في المغرب وتونس فرق فنون شعبية متجولة تقف في الشوارع والساحات الشعبية والأسواق وتعرض الرقصات والألعاب الشعبية ومختلف الفنون الشعبية الدالة على ثقافة المجتمع المارة والسائحين في الشوارع ولكل إنسان الحق في مشاهدة تلك العروض مجاناً ، المهم أن من يقدم هذه العروض يكون مرتدياً الملابس التقليدية المغربية والتونسية ... إلخ كنوع من الدعاية غير المباشرة للصناعات الشعبية وتعبير وتجسيد التراث الفلكلوري دون مقابل .

#### ٨- الاتصال الثقافي وعلاقته بتمايز وتشابه واختلاف الصناعات التقليدية

وجدير بالذكر أن عملية الاتصال الثقافي تشكل أحد المسائل الهامة في البحوث الأنثروبولوجية حيث نستطيع عن طريق عملية التقابل الثقافي والامتزاج والتمثيل الثقافي في التعرف على السمات المشتركة والسمات المختلفة وذلك نتيجة عملية الإقتباس والإستعارة والإقتناء بين الشعوب المختلفة التي يحدث بينها ثمة إتصال ثقافي كما هو الحال في دول حوض البحر المتوسط .

بناء عليه تعدد السياحة أداة للاتصال الفكري والتبادل الثقافي بين الشعوب ، فضلاً عن أنها أداة لإيجاد روح التفاهم والتسامح بين الشعوب ، وتصبح أداة لاكتشاف وحدة الإنسانية ، فالقوارق التي تفصل بين شعب وآخر تصبح مسائل عرضية لا تؤثر في الجوهر المشترك وهو أن كل شعب يمثل جزءاً لا يتجزأ من الحضارة الإنسانية (١) .

فضلاً على ذلك فإن ظاهرة التنوع والتمايز والتشابه الثقافي تساعدنا كإنثروبولوجيون في فهم المنطقة الثقافية ، بل وفهم الحضارة الإنسانية ككل ، حيث أن هذا التنوع والتمايز يساهم في فهم عملية التغير والتطور الإنساني .

بناء عليه قد نجد كثير من صور وأشكال التشابه والإختلاف في الفنون الشعبية والصناعات التقليدية والرقص الشعبي وكافة نواحي التراث الشعبي لكل بلد سياحي على حدة ، وتأكيداً لذلك فقد نجد بعض التشابه في الملابس التقليدية والصناعات التقليدية في بعض دول المغرب العربي باعتبارها دول البحر المتوسط وتخضع لمنطقة ثقافية واحدة هذا من ناحية ، ثم للقب الجغرافي ، ثم لوحدة اللغة العربية ... إلخ .

وإجمالياً فإن إهتمام السائحين بنقل الفنون الثقافية كهدايا تذكارية في صور أشكال للصناعات التقليدية والملابس التقليدية والتحف .. إلخ . هذا من شأنه أن يحيي الحرف ويوصل التقاليد الثقافية خصوصاً في البعد عن التقليد .

(١) نبيل العربي ، نظرية السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، ص ٩ .

التقليدية والملابس التقليدية والتحف .. إلخ . هذا من شأنه أن يحيي الحرف ويوصل التقاليد الثقافية خصوصاً في البعد عن التقليد .

ويذهب «لوثر» إلى أن التجديد الثقافي في المجتمع المطبق يقابل باستحسان من السائحين الأجانب ، إلا أن إحياء التقاليد الثقافية تستطيع أن تساعدنا على تلييد الحركة تجاه هوية الذات في كثير من الدول النامية (١) .

### نتائج البحث

ولقد خلص البحث إلى عدة نتائج نجمل أهمها في النقاط التالية :

١ - تلعب المقومات الطبيعية دوراً هاماً في عمليات الجذب السياحي لكثير من دول حوض البحر المتوسط مثل مصر والمغرب وتونس وتركيا وأسبانيا وفرنسا واليونان ... إلخ . ويرجع ذلك للظروف الجغرافية السهلة وعدم جنوب زلازل أو براكين والأحوال المناخية المعتدلة وما يؤكد ذلك احتلال معظم دول حوض البحر المتوسط أوضاعاً متميزة على الخريطة الدولية للسياحة .

٢ - تلعب العوامل الاجتماعية دوراً هاماً في الجذب السياحي في حوض البحر المتوسط ، فتجد علاقات النسب والمصاهرة والعلاقات القرابية لها أهميتها في تدفق السائحين العرب إلى مصر وكذلك إلى دول المغرب العربي ، كما نجد هناك من العوامل الاجتماعية الأخرى التي لها أثر على الجذب السياحي كتسهيلات الإقامة ، سهولة المواصلات ، حجم المعلومات عن البلد المضيف ، رفاق الرحلة ، الاستقرار الاجتماعي ، السمات العامة للسكان .

٣ - تلعب العوامل السياسية والاستقرار السياسي الداخلي وعدم وجود حروب طائفية أو عصابات إجرامية ، وكذلك الاستقرار الدولي بين الشعوب بعضها البعض وعدم وجود مشاكل حدودية أو حروب في ازدياد تدفق السائحين وخير مثال لذلك تدهور السياحة في لبنان إبان الحروب الطائفية ، وتدهور السياحة من منطقة الخليج إلى دول حوض البحر المتوسط إبان فترة الحرب .

٤ - تلعب العوامل الثقافية دوراً هاماً في الجذب السياحي كالفنون الشعبية والمظاهر الفلكلورية المختلفة والصناعات التقليدية التي هي لب بحثنا هذا لأنها تجسد ثقافة البلد المضيف بجميع ثقافته الفرعية وطوائفه المهنية وتبرز إبداعاته وتتواصل مع البيئة المحيطة به .

٥ - الصناعات التقليدية تساعد على استخدام الموارد المحلية واستغلال أمثل لأوقات الفراغ للطلاب الذين يرغبون في العمل بها وقت العطلات المدرسية ، ورفع دخول القائمين عليها .

(1) Lothar. Neuekoven, op. cit, p. 137.

٦ - تلعب عملية التنشئة الاجتماعية دوراً هاماً في تدريب الأطفال داخل الأسر المنتجة لهذه الصناعات من الجنسين على صناعة هذه المنتجات استمراً للتواصل بين الأجيال المتعاقبة ، وخير دليل على ذلك تخصص أسر يكملها في صناعات تقليدية دون أخرى كمائلة الزعيرات وصناعة الحصير بالصحرَاء الغربية وعائلات الحرائية في صناعة السجاد والكلمة التي تعبر عن قرية الحرائية ... إلخ .

توجد قرى يكملها تخصص في صناعات تقليدية دون أخرى في نفس المجتمع المحلي الواحد ، فنجد منتجات الأعلال والأطباق من الخوص والحصير في قرى الاعلام وطبهار والمجمنين بالفيوم ، ونجد البرانيط الخوص الليف ، تجفيف البلع في قرية بيهمو ، وصناعة الخرز والمناويل والطرح في قرى الحامقة وسنورس والغرق .... إلخ .

٧ - تنتشر في دول المغرب العربي كالمغرب فنجد فيها أشغال الإبر والتطريز والمباعات الحريمي المطرزة التي لها غطاء رأس وهذا الغطاء تمتاز به معظم دول المغرب العربي ماعدا ليبيا ، كما تشتهر المغرب بالصناعات الجلدية المميزة .

٨ - تنتشر في تونس كأحد دول حوض البحر المتوسط أشغال الإبر والعباية المطرزة والسجاد والملابس المصنوعة من الحرير الطبيعي والسيرما وهي غالية الثمن ، كما نجد في ليبيا صناعة الأكلمة والسجاد والجرد والشنة المصنوعة من الصوف الأحمر أو الأسود ... إلخ . وتوجد السلال والأواني الفخارية .. إلخ ، وكلها تعتمد على موارد البيئة المحلية في تلك البلدان أيضاً .

٩ - تلعب الصناعات التقليدية دوراً هاماً في الجذب السياحي لأن السائح يشتريها في رحلة العودة كهدايا رمزية وتذكارية وتعبر عن التراث الشعبي في البلد المضيف . وهي بهذا تعتبر أداة هامة من أدوات عملية الاتصال الثقافي بين السائح وبين ثقافة البلد المضيف .

١٠ - تختلف طرق وأساليب تسويق تلك المنتجات أما في الأسواق أو في أماكن المزارات السياحية أو بالقرب منها أو في المحال التجارية المتخصصة في بيع الأنتيكات والتحف أو في المعارض المحلية والدولية .

١١ - يلعب المرشد السياحي دور الوسيط المهني بين السائح والمحال التجارية المتخصصة في بيع تلك المنتجات ويقبض عمولته من أصحاب تلك المحال .

١٢ - تختلف أسعار المنتجات الشعبية الأصلية عن المقلدة ، فنجد أسعار المنتجات الأصلية ترقى بكثير جداً ثمن المنتجات المقلدة .

١٣ - وهناك عدة عوامل تؤثر على عملية تسويق المنتجات الشعبية نجمل أهمها : جنسية السائح ومستواه المادي ، دور الوسطاء المهنيين . طريقة عرض المنتجات ، اختلاف أسعارها ، رغبة السائح في

شراء منتج معين دون آخر .

١٤ - يتم تسويق المنتجات الشعبية في بعض دول حوض البحر المتوسط ، كالمغرب وتونس والجزائر بطريقة فيها كثير من الراحة للسائح وذلك بأن يعرض سائق التاكسي على أى سائح جولة إلى الأسواق والمحال . وهذه الجولة مدفوعة الأجر من أصحاب المحال أو المصانع التي تباع تلك المنتجات وليس السائح نفسه ، كما هو الحال في مصر ، لأن السائح هنا يقوم بدور الوسيط المهني .

١٥ - تنتشر في تونس والمغرب والجزائر سياحة الحوافر للموظفين والشباب ومحدودي الدخل وذلك تنتشر الموتيلات ذات الأسعار المخفضة التي تتناسب مع السائح المتجول ، كما تعمل على تشجيع هؤلاء السائحين على اقتناء المنتجات الشعبية كحذارات في رحلة العودة عكس الحال بالبيئة لكثير من دول حوض البحر المتوسط كمصر وسوريا ولبنان التي تربط بين السياحة وأصحاب الدخول المرتفعة .

١٦ - توجد في تونس والمغرب كنول من حوض البحر المتوسط فرق فنون شعبية متجولة تقف في الشوارع المزينة والساحات الشعبية والأسواق وتعرض مختلف الرقصات والألعاب الشعبية الدالة على ثقافة المجتمع للمارة والسائحين في الشوارع ولكل فرد الحق في مشاهدة تلك العروض مجاناً . المهم أن هذه العروض تقدم من أعضاء تلك الفرق التي ترتدى الملابس التقليدية المغربية والتونسية كنوع من الدعاية غير المباشرة للصناعات التقليدية وتعبير وتجسيد للتراث الفلكلوري دون مقابل .

١٧ - تعد السياحة أداة للاتصال الفكري والتبادل الثقافي بين الشعوب ، فضلاً على أنها أداة لإيجاد روح التفاهم والتسامح بين الشعوب ، وتصبح أداة لاكتشاف وحدة الإنسانية ، فالقوارق التي تفصل بين شعوب وأخر تصبح مسائل عرضية لا تؤثر في الجوهر المشترك وهو أن كل شعب يمثل جزء لا يتجزأ من الحضارة الإنسانية .

١٨ - لقد أدت عمليات الاتصال الثقافي بمفهومه الأنثروبولوجي الواسع إلى اختلاف وتشابه بعض الصناعات التقليدية في كثير من دول حوض البحر المتوسط نتيجة عملية الاقتباس والاستعارة وما يتبعها من عملية تقليد كثير من الأنماط السلوكية وانعكاسها على السمات الثقافية المادية وغير المادية .

## مراجع البحث

## أولاً: المراجع العربية

- ١ - صلاح الدين عبد الوهاب ، تخطيط الموارد السياحية ، دار الشعب ، ١٩٨٨ .
- ٢ - محبات شرابي ، أقاليم مصر السياحية ، دار الفكر العربي ، ١٩٩١ .
- ٣ - محمد يسرى إبراهيم دعيس ، التربية السياحية والتنمية الشاملة ، وكالة البنا ، ١٩٩٣ .
- ٤ - محمد يسرى إبراهيم دعيس ، العلاقات الاجتماعية للسائح ، وكالة البنا ، ١٩٩٣ .
- ٥ - نبيل الروبي ، إقتصاديات السياحة ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، (د. ت) .
- ٦ - هالة عبد الرحمن ، التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلى وكالة البنا ، ١٩٩٣ .

## ثانياً: المراجع الأجنبية

- 7 - De Kadt, Emanuel, Tourism passport to development, prespectives of the social and cultural effects of Tourism in Developing Countries, Unesco and International Bank, U. S. A.
- 8 - Burkart and Medlike, Tourism and development countries, by world bank, 1981.
- 9 - Mathieson, Aliste, Tourism Economics Physical and Social Impacts, London and N. Y, 1982.
- 10 - Maccanell, Dean, The tourist, A new Theory of the leisure clases, The Univerisity of Chicago, U. S. A, 1973.
- 11 - Pearce Philip, The Social Psychology of Tourist Behaviour, Philip L. pearce by A Wheaton Great Britain, 1982.





9.091  
822  
544